
BACHELORARBEIT

Frau
Marina Koch

**Untersuchung der Zuschauermoti-
vationen deutscher Formate des
Reality TV am Beispiel von
„Berlin Tag und Nacht“.**

2015

BACHELORARBEIT

Untersuchung der Zuschauermotivationen deutscher Formate des Reality TV am Beispiel von „Berlin Tag und Nacht“.

Autorin:
Frau Marina Koch

Studiengang:
Angewandte Medien

Studienrichtung:
Sport-, Event- und Medienmanagement

Seminargruppe:
AA 11wS - CMM

Erstprüfer:
Professor Doktor Heinrich Wiedemann

Zweitprüfer:
Dr. Bernd Oliver Schmidt

Einreichung:
München, 23. Januar 2015

BACHELOR THESIS

Empirical research on the motivation of spectators of German reality TV formats – an analysis of the case example “Berlin Tag und Nacht”.

author:

Ms. Marina Koch

course of studies:

Applied Media

seminar group:

AA 11wS - CMM

first examiner:

Mr. Professor Doctor Heinrich Wiedemann

second examiner:

Mr. Dr. Bernd Oliver Schmidt

submission:

Munich, January the 23rd of 2015

Bibliografische Angaben

Koch, Marina:

Untersuchung der Zuschauermotivationen deutscher Formate des Reality TV am Beispiel von „Berlin Tag und Nacht“.

Empirical research on the motivation of spectators of German reality TV formats – an analysis of the case example “Berlin Tag und Nacht”.

122 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Abstract

Auf 120 Folgen war das Format ursprünglich ausgelegt. Am 17.12.2014 lief Folge 825. Das Medienphänomen „Berlin Tag und Nacht“ – Das Leben in einer Berliner Wohngemeinschaft. WER rezipiert dieses Genre und vor allem WARUM?

Vorliegende Studie setzt sich mit dieser Frage auseinander. Die Rezeptionsgründe von Scripted Reality zeigen derzeit ein wissenschaftliches Defizit auf, zumal es keine einheitliche Kennzeichnung oder Definition der betreffenden Formate gibt. Um diese Forschungslücke zu schließen wurden anhand einer Onlinebefragung die Zuschauermotivationen deutscher Formate des Reality TV am Beispiel von „Berlin Tag und Nacht“ untersucht.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	VII
Formelverzeichnis	VIII
Diagrammverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	X
Tabellenverzeichnis	XI
Danksagung	XII
1 Einleitung	1
1.1 Aufbau der Arbeit	2
1.2 Forschungsleitende Fragestellung	3
1.3 Wissenschaftliche Einordnung	4
2 Reality TV	5
2.1 Geschichtliche Hintergründe	6
2.2 Definitionsansätze	7
2.3 Exkurs	14
2.3.1 Narratives Realitätsfernsehen	14
2.3.2 Performatives Realitätsfernsehen	14
2.4 Subgenres	15
2.4.1 Real Live Soap	22
2.4.2 Genreeinordnung „Scripted Reality Soap“	27
2.4.3 „Berlin Tag und Nacht“ – eine Genrezuweisung	28
2.5 Zwischenfazit	30
3 Berlin Tag und Nacht	31
3.1 Das Medienphänomen	34
3.2 Evaluierung bisheriger Forschungsergebnisse	41
4 Forschungsbezogene Theorien	43
4.1 Uses-and-Gratifications-Approach (UGA)	43
4.1.1 Das GS/GO-Modell und der Erwartungs-Bewertungs-Ansatz	45
4.2 Sozialforschung	47
4.3 Zuwendungsgründe zum Reality TV	50

5	Empirischer Teil	53
5.1	Forschungsfragen und Hypothesen.....	53
5.2	Befragung	56
5.2.1	Fragebogenkonstruktion.....	57
5.2.2	Stichprobenbeschreibung.....	60
6	Auswertung und Interpretation der Ergebnisse.....	64
6.1	Verifikation und Falsifikation der Hypothesen.....	64
6.2	Beantwortungen der Forschungsfragen.....	74
6.3	Weitere Fragen	75
6.4	Ergebnis Zusammenfassung.....	81
7	Schlusswort und Ausblick.....	82
	Literaturverzeichnis	XIII
	Anhang.....	XVIII
	Fragebogen.....	XVIII
	Berechnungen.....	XXX
	Scripted Reality Sendungen 2014	XXXIX
	Eigenständigkeitserklärung	XL

Abkürzungsverzeichnis

bspw.	beispielsweise
BTN	Berlin Tag und Nacht
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d.h.	das heißt
etc.	et cetera
GO	gratifications obtained
GS	gratifications sought
GZSZ	Gute Zeiten, schlechte Zeiten
Hrsg.	Herausgeber
IMAGE	Institut für Medienanalyse und Gestalterkennung
KE	Kontrollerwartung
N	Stichprobe
r	Korrelationskoeffizient
S.	Seite
SSB	Sensation seeking – Hang zur Langeweile/Ungeduld
SSD	sensation seeking – Enthemmung
SSE	Sensation seeking – Erfahrungserweiterung
SST	Sensation seeking – Thrill/Risiko
TV	Television
u.a.	unter anderem / unter anderen
UGA	Uses-and-Gratifications-Approach
vgl.	vergleiche
WG	Wohngemeinschaft
z.B.	zum Beispiel

Formelverzeichnis

Formel 1: Korrelationskoeffizient	64
Formel 2: Arithmetisches Mittel	65

Diagrammverzeichnis

Diagramm 1: Häufigkeitsverteilung nach dem Geschlecht.....	60
Diagramm 2: Häufigkeitsverteilung nach dem Herkunftsland.....	61
Diagramm 3: Häufigkeitsverteilung nach den Altersklassen	61
Diagramm 4: Häufigkeitsverteilung nach der derzeitigen Beschäftigung.....	62
Diagramm 5: Häufigkeitsverteilung nach dem höchsten Bildungsabschluss.....	63
Diagramm 6: Häufigkeitsverteilung nach der Rezeptionshäufigkeit	63
Diagramm 7: Nutzung des Internetangebots	75
Diagramm 8: Online-Angebote	75
Diagramm 9: Fan, Gegner oder Neutral eingestellt.....	76
Diagramm 10: Sehgewohnheiten	77
Diagramm 11: Wann wird „BTN“ rezipiert?	77
Diagramm 12: Gesprächsthemen über „BTN“	79

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Reality TV im Überblick	18
Abbildung 2: Real Life Soap	23
Abbildung 3: Genrezuweisung „Berlin Tag und Nacht“	29
Abbildung 4: Logo BTN	31
Abbildung 5: Zusammensetzung der Charaktere.....	36
Abbildung 6: Haupt-WG	37
Abbildung 7: Jugend-WG	37
Abbildung 8: Matrix-Loft	38
Abbildung 9: Melissa und Jessica WG.....	38
Abbildung 10: Classic Tattoo.....	38
Abbildung 11: Matrix.....	39
Abbildung 12: „Schnitte“	39
Abbildung 13: Sturms Konzept 1972	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Authentizität und Inszenierung	21
Tabelle 2: Doku Soap und Reality Soap	26
Tabelle 3: Ausstrahlungsdaten	33
Tabelle 4: Psychosozialer Test.....	59
Tabelle 5: Kreuztabelle; Geschlecht und Alter	62
Tabelle 6: Zuwendungsgründe der Neugierde.....	65
Tabelle 7: Rezeptionsgründe der Neugierde	66
Tabelle 8: Zuwendungsgründe der Identifikation	67
Tabelle 9: Rezeptionsgründe der Identifikation.....	68
Tabelle 10: Rezeptionsgründe der Unterhaltung	69
Tabelle 11: Zuwendungsgründe der Unterhaltung.....	70
Tabelle 12: Befriedigung der Zuschauererwartungen	72
Tabelle 13: Bietet „BTN“ genügend Abwechslung?	73
Tabelle 14: Beliebtheit aktueller Charaktere	76
Tabelle 15: Ist „BTN“ gestellt oder das wahre Leben?	78
Tabelle 16: Über „BTN“ sprechen.....	78
Tabelle 17: Wichtige Personen und Gruppen	79
Tabelle 18: Auswertung des psychosozialen Tests	80

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich einigen Menschen in meinem Umfeld meinen herzlichen Dank aussprechen.

Meinen Eltern möchte ich ganz besonders danken. Sie haben mich während meines gesamten Studiums nicht nur finanziell sondern auch mental unterstützt. Sie sind mir sowohl in erfreulichen als auch in schwierigen Zeiten tatkräftig zur Seite gestanden.

Für aufmunternde Worte in schwierigen, desillusionierten Zeiten, für die technische Unterstützung in vielen Bereichen und für viel Verständnis und Geduld, danke ich meinem Lebensgefährten Raphael aus tiefstem Herzen.

Natürlich möchte ich mich auch bei meinem Betreuer Dr. Bernd Oliver Schmidt für seine Geduld und Hilfestellungen, die mich wieder in die richtige Richtung im Forschungsprozess gebracht haben, herzlich bedanken.

Es gibt noch viele Namen, die hier stehen sollten, aber all jene die mir zur Seite standen und mich unterstützt haben diese Arbeit fertig zu stellen, wissen in diesem Moment, dass sie gemeint sind.

Euch möchte ich sagen: DANKE!

1 Einleitung

Ein „ganz normaler“ Fernsehtag in Deutschland. Es ist Donnerstag und auf RTL bekommt eine Frau vor den Augen der Zuschauer ihr Baby, danach suchen Detektive den verschwundenen Ehemann und anschließend geben sich zwei Personen das Ja-Wort, die sich zuvor noch nicht einmal gesehen oder gehört haben. Gleichzeitig ist bei „Kabel Eins“ die Polizei im Einsatz und nimmt die Zuschauer mit auf Streife. Am folgenden Mittwoch sucht der Bachelor seine Traumfrau und das alles vor laufender Kamera. Die Fernsehwelt und die Alltagswirklichkeit vermischen sich zunehmend. Dies fällt unter den Begriff des Reality TV. Als Vorreiter dieses multimedialen Mixes, durch innovativen Einsatz technischer Mittel, gilt die Sendung „Big Brother“, welche im Laufe dieser Arbeit kurz erklärt wird. „Berlin Tag und Nacht“ stellte ab 2011 das Lückenfüll-Format von „Big Brother“ dar. Die Sendung sollte zwischen zwei „Big Brother“-Staffeln ausgestrahlt werden. Nach Sendestart von „Berlin Tag und Nacht“ löste diese jedoch einen Hype in der deutschen Fernsehwelt aus und verdrängte „Big Brother“ bis heute aus den Programmheften.

Die Autorin rezipiert fast täglich die Sendung „Berlin Tag und Nacht“. Hiernach entstand das Interesse herauszufinden, mit welcher Motivation die Fernsehnutzer diese Sendung verfolgen. Im Rahmen ihres Studiums der Angewandten Medien (Sport-, Event- und Medienmanagement) wurde dieser Bereich der Fernsehforschung nicht zu ihrer persönlichen Zufriedenheit bearbeitet. Aus diesem Grund entschied sie sich dazu, selbst in diesem Feld für ihre Abschlussarbeit zu forschen. Die Kenntnisse zur Methode der Befragung erhielt sie während ihres Studiums. Im Bereich Reality TV bieten vor allem die Werke von Stephanie Lücke, Claudia Wegener und Angela Keppler eine gute Einführung.

1.1 Aufbau der Arbeit

Medien sind zu einem unverzichtbaren Bestandteil unseres Alltages geworden. Sie passen sich auf Grund von Konkurrenzsituationen und Geschäftsinteressen der Sender immer politischen und ökonomischen Situationen an. Durch die Technik werden kaum mehr Erfahrungen aus erster Hand über Politik, Wirtschaft, Ökologie etc. gemacht. Somit nimmt die Distanz des Individuums zu sozialen Elementen stetig zu.¹

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, herauszufinden und darzustellen, mit welchen Motivationen und Erwartungen ein Format wie „Berlin Tag und Nacht“ rezipiert wird.

Anmerkung: Personen und Personengruppen werden im Maskulinum genannt. Sie beinhalten jedoch alle Geschlechter.

Das zweite Kapitel handelt zunächst von der Abgrenzung des Begriffes „Reality TV“. Hierfür wird die Historik sowie die Entwicklung der Definition vorgenommen. Es wird sich zeigen, dass es keine eindeutige wissenschaftliche Definition gibt. Durch die Hybridisierung wurden Elemente verschiedener Genres vereint und neue Gattungen geschaffen. Dies ermöglicht die Einordnung der Sendung „Berlin Tag und Nacht“ im Rahmen der Entwicklung von Unterhaltungsformaten im Fernsehen, als performatives Realitätsfernsehen. In einem kurzen Exkurs wird das narrative und performative Realitätsfernsehen näher erläutert. Hiernach werden einige Subgenres aufgelistet und die Charakteristika der Real Life Soap, mit ihren Kategorien Docu Soap und Reality Soap analysiert. Dies lässt erkennen, dass verschiedene Elemente dieser Formate bei der Konzeption von „Berlin Tag und Nacht“ verwendet werden. Anschließend wird sich dem Format „Berlin Tag und Nacht“ gewidmet. Die Sendung an sich sowie ihre Idee und Konzeption werden vorgestellt. Einige Darsteller waren zuvor schon in anderen Formaten, wie der „Schmiede 21“ zu sehen. Weiter wird das Zusammenspiel der Sendung mit anderen Medien behandelt. Der große Erfolg der Sendung zeigt sich nicht nur durch die Ausstrahlung im Fernsehen, sondern auch durch die Angebote im Internet sowie der Merchandising-Artikel. Die Auftritte der „Charaktere“ in der Öffentlichkeit sind dabei auch nicht zu vernachlässigen. Hier wäre z.B. „Ole ohne Kohle“ zu nennen, welcher mit seinem Song „Ich bin kein Model und kein Superstar“ bei the Dome auftrat.

Kapitel vier analysiert Motivationen und Erwartungen von Rezipienten mit psychologischen Ansätzen, wie dem Erwartungs-Bewertungs-Ansatz von Palmgreen und der „Culture Studie“ von Andreas Hepp. Diese schaffen die Grundlage für den

¹ Vgl. Wegener, 1999: Seite 27f

späteren Vergleich mit der durchgeführten Befragung.

Somit folgt im fünften Abschnitt der empirische Teil in Form eines Online-Fragebogens. Vorerst werden die Forschungsfragen und Hypothesen, auf welche diese Arbeit aufbaut, vorgestellt. Der Aufbau des Fragebogens, die Methodik sowie die Stichprobenbeschreibung werden erläutert. Der Fragebogen wurde über soziale Netzwerke sowie Fan-Seiten und per Mail beworben. Über das Umfrageportal www.umfrageonline.com wurde die Befragung erstellt und veröffentlicht. Die Auswertung der Ergebnisse erfolgt chronologisch nach dem Fragenaufbau. Hier wird die zentrale Frage der Arbeit, nach der Motivation der Zuschauer aufgegriffen. Es werden die aktuellen Motive im Zusammenhang mit den Erwartungen der Rezipienten aufgezeigt.

Der Abschluss der Arbeit ist die Ergebniszusammenfassung sowie ein kurzer Ausblick auf die zukünftige Entwicklung der Fernsehlandschaft. Dieser wird speziell auf die Entwicklung von „Berlin Tag und Nacht“ und „Reality TV“ ausgelegt sein.

1.2 Forschungsleitende Fragestellung

Nach der Erläuterung des Aufbaus der Arbeit stellt sich die Autorin zunächst folgende zwei Fragen:

1. Welche Motive tragen zur Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ bei?
2. Welche Erwartungen haben die Rezipienten von „Berlin Tag und Nacht“?

Es wird nach den Erwartungen und den Motiven der Rezipienten geforscht. In der geplanten Befragung sollen diese beiden Indikatoren untersucht sowie geklärt werden, ob die Erwartungen an „Berlin Tag und Nacht“ durch die Rezeption befriedigt werden oder ob sich eine Diskrepanz zu diesen einstellt.

Die zentrale Fragestellung, welche die wichtigsten Annäherungspunkte abdeckt und trotzdem Raum für weitere Forschungsfragen lässt, lautet:

Wie lassen sich die Rezeptionsgründe der Zuschauer von „Berlin Tag und Nacht“ feststellen?

1.3 Wissenschaftliche Einordnung

Die vorliegende Bachelorarbeit setzt sich mit dem Thema „Reality TV am Beispiel von Berlin Tag und Nacht“ auseinander. Dieses ist im Themengebiet der Unterhaltungsforschung im Fernsehen verankert. Welche wiederum einen Teilbereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft darstellt.

Nach kurzer Erläuterung des Sachverhalts folgt nun die Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes. Für die thematische Auseinandersetzung dieser Arbeit wird „Berlin Tag und Nacht“ dem Reality TV und im Speziellen dem Genre der Scripted Reality Soap zugeordnet. Eine detaillierte Bestimmung und Charakterisierung dieses Genres wird zu einem späteren Zeitpunkt in dieser Arbeit gegeben. Der zusammengesetzte Begriff lässt vermuten, dass es sich bei diesem Genre um ein Hybridgenre handelt. Darunter wird die Verschmelzung verschiedener genretypischer Eigenschaften verstanden.

Es gibt einschlägige wissenschaftliche Literatur zum Thema „Reality TV“. Ansätze und oberflächliche Beleuchtungen von „Berlin Tag und Nacht“ sind in der Theorie ebenso gut vertreten, jedoch sind wissenschaftliche Arbeiten, die sich mit der Zuschauermotivation beziehungsweise den Rezeptionsgründen von „Berlin Tag und Nacht“ auseinander setzen, nur sehr vage vertreten. Diese Untersuchungsgebiete sind für die wissenschaftliche Auseinandersetzung dieser Arbeit von großer Bedeutung. Ebenso fehlt ein gesammeltes literarisches Konstrukt an Daten, Fakten und Ergebnissen zu diesem beschriebenen Kontext. Dadurch dass die Anzahl der Scripted-Reality-Formate immer weiter wächst, ergibt sich die Relevanz der nachfolgenden Arbeit.

Um die Ziele des beschriebenen Forschungsfeldes zu erreichen, wird das methodische Instrument der schriftlichen Befragung in Form eines Online-Fragebogens für die Datenerhebung gewählt.

2 Reality TV

Die vorliegende Arbeit liegt im Gebiet der Unterhaltungsforschung des deutschen Fernsehens. Einzuordnen ist sie in das Teilgebiet der Medien-, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Wenige Fernsehformate hatten einen Start, wie die Einführung des „Reality TVs“ in Deutschland. Diese war geprägt von Protesten und Debatten bei Politikern und Medien. Durch Diskussionen Anfang der 90er wurde Reality TV ein negatives Image angehaftet. Lücke belegt in seinem Buch durch die spezifische Untersuchung des Wandels, dass das heutige Reality TV vielfältiger ist als zu Beginn der 90er Jahre.² Zunächst stellt sich jedoch die Frage:

Was ist Realität und stellt diese die Wirklichkeit dar?

Platon definierte die berühmteste Ausführung wie folgt:

„Im Hinblick auf den Versuch einer Definition von Realität herrscht weitgehend Übereinstimmung, dass es die Realität im Sinne von objektiv, überprüfbar, darstellbar nicht gibt bzw. dass wir sie nicht kennen und auch nicht kennen können.“³

„Realität kann aus der subjektiven Sicht des Individuums oder aus gesellschaftlich-kultureller Perspektive beschrieben werden, sie kann als objektiv gegeben oder subjektiv konstruiert gesehen, als „real“ oder imaginär wahrgenommen werden.“⁴

Im folgenden Kapitel wird sich nun mit den geschichtlichen Hintergründen und der Entwicklung des Genres mit einem besonderen Augenmerk auf die bis heute wissenschaftlichen Genredefinitionen auseinandergesetzt.

² Vgl. Lücke, 2002: Seite 49ff

³ Wegener, 1999: Seite 31f

⁴ Wegener, 1999: Seite 34

2.1 Geschichtliche Hintergründe

Zunächst ein kurzer Blick auf die Geburt dieser Genrebezeichnung. Seit der Einführung von privaten Fernsehsendern 1985 wie der Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk (heute Sat.1) oder RTL plus (heute RTL) haben sich viele neue Programmformate entwickelt. Diese Zeit wird als „Kommerzialisierung“ und „Ökonomisierung“ bezeichnet.⁵

Die Begriffsprägung des Genre Reality TV hat ihren Ursprung in den USA. Nach 1988 entstanden so viele Sendungen, welche zu Reality TV zählen, dass ein US-Journalist 1992 behauptet, dass sich ohne Reality TV in den USA kein erfolgreiches Programm mehr machen lässt. Die Wurzeln dieses Formates stecken in den Veränderungen von Nachrichtenformaten der Vereinigten Staaten in den 80ern. Die Beiträge wurden kürzer und plakativer. Dies verstärkte beispielsweise die emotionale Berichterstattung.⁶

Die erste deutsche Reality TV-Sendung war „Aktenzeichen XY ... ungelöst“. Sie fungiert als Wegweiser und Vorläufer der heutigen Reality TV-Formen und läuft seit Oktober 1967 im ZDF. Es verfolgt das Ziel, ungeklärte Kriminalfälle zu lösen. Dies geschieht durch die Mithilfe der Zuschauer, welche während und nach der Sendung ihre Beobachtungen melden können.⁷ Heutige Reality TV-Sendungen werden den spezifischen nationalen, sozialen, kulturellen und historischen Gegebenheiten der jeweiligen Länder angepasst.⁸

Nach einem, Jahrzehnt andauernden Wandel des Reality TV, hat sich der Begriff und das Verständnis für dieses Genre bei Sendern, Wissenschaftlern und Rezipienten verändert. Die Begeisterung wuchs in den letzten Jahren und etablierte das Genre zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Fernsehgeschichte. Allein in England haben die Reality TV-Sendungen 50 Prozent des Marktanteils eingenommen. In Amerika existieren eigene Kanäle, welche nur Reality TV-Formate ausstrahlen.⁹ In Deutschland hat allein das Format „Berlin Tag und Nacht“ von RTL II einen Marktanteil von 13 % in der Fernsehlandschaft.¹⁰

⁵ Vgl. Lücke, 2002: Seite 18

⁶ Vgl. Lücke, 2002: Seite 26

⁷ Vgl. Lücke, 2002: Seite 27

⁸ Vgl. Wegener, 1999: Seite 19f

⁹ Vgl. Hill, 2005: Seite 2

¹⁰ Vgl. URL: <http://de.slideshare.net/AlexSchimming/prsentation-am-12112012>: Zugriff vom 20.November 2014

2.2 Definitionsansätze

Bisher lässt sich keine eindeutige und einheitliche Definition von Reality TV in der Literatur finden. Daher gibt es keine Übereinstimmung darüber, welche Formate und Sendungen zum Genre „Reality TV“ genau dazu zählen und welche nicht. Die Meinungen darüber, was Realitätsfernsehen ist, sind keineswegs einheitlich.¹¹ Im nächsten Schritt wird ein Überblick über die verschiedenen Definitionsansätze und Kategorisierungsversuche von Fernsehforschern, -wissenschaftlern und Psychologen zum Reality TV gegeben. Des Weiteren wird die Definition oder Definitionsteile ausgewählt, welche zur Thematisierung dieser Arbeit am besten passen.

IMAGE¹²

Das Institut für Medienanalyse und Gestalterkennung leistete 1993 den ersten Definitionsversuch von Reality TV. Das Institut unterscheidet folgende Darstellungsformen:

- Filmdokumente: Echtaufnahmen ungewöhnlicher Ereignisse, welche zufällig, vorgeplant oder auch mit versteckter Kamera dokumentiert werden. (z.B. Dokumentaraufnahmen)
- Dokumentationsdramen: wirklichkeitsgetreu nachgespielte Geschehnisse.
- Reality Shows: Zeigen Realkonflikte von Zuschauern (Talk-, Aktion-Show, etc.). Diese sollen teilweise in der Show zu einer Lösung gebracht werden.
- Suchsendungen: Hier ist die Fernsehtechnik die Lösung zu sozialen Problemen.

Diese Definition wird nicht von allen Wissenschaftlern und Forschern akzeptiert, da einige Personen bestimmte Formate (bspw.: Talkshows) nicht in dieser Erklärung sehen. Daher legte der ARD-Forschungsdienst 1993 folgende Begriffszusammenfassung dar.

„(...) es ist allerdings schwierig, Reality TV als Genre eindeutig zu definieren. Nachgestellte Rettungsszenen werden ebenso darunter gefasst wie Amateurvideos, (...) und Live-Berichterstattung. (...) Es scheint daher naheliegender (...) von Programmformen zu sprechen, bei denen reale Ereignisse dazu benutzt werden, eine möglichst hohe Aufmerksamkeit des Zuschauers zu erzielen, ihm einen Nervenkitzel zu verschaffen.“¹³

¹¹ Vgl. Wegener, 1999: Seite 11

¹² Vgl. Lücke, 2002: Seite 33

¹³ Lücke, 2002: Seite 34

Hiernach wird ein Nervenkitzel und Spannungsgefühl beim Zuschauer ausgelöst, da diese sich in die Geschichte oder emotionsauslösende Dramaturgie hineinversetzen und das Ende bzw. die Lösung spannungserfüllt erwarten.

Claudia Wegener¹⁴

Für Claudia Wegener ist es die Darstellung von Grenzsituationen, welche das Genre „Reality TV“ u.a. kennzeichnet. Die Aufteilung einer Sendung in einzelne Fragmente ist für sie ein Merkmal der Erzählung. Eine Reality TV-Sendung besteht demnach aus ca. vier bis fünf einzelnen Storys. In ihrem Buch beschreibt Wegener das Verständnis von Reality TV Sendungen durch folgende Merkmale:

- Realereignisse werden wirklichkeitsgetreu nachgestellt oder durch originales Filmmaterial dokumentiert.
- Der Bezug zu aktuellen Themen ist nicht bzw. nur selten vorhanden.
- Die Ereignisse zeigen Personen, die psychischer oder physischer Gewalt ausgesetzt sind und/oder diese erleiden.
- Die Beiträge thematisieren verschiedene Ereignisse, jedoch stehen sie nicht im direkten Zusammenhang.

Angela Keppler¹⁵

Angela Keppler versucht sich ebenfalls an einer Definitionsbestimmung zum Realitätsfernsehen. In Ihrer Arbeit 1994 „Wirklicher als die Wirklichkeit?“ spricht sie von zwei verschiedenen Reality TV Formen. Dem narrativen Realitätsfernsehen und den performativen Realitätsfernsehen.

Zunächst stellt Soziologin Keppler fest, dass Anfang der 90er Jahre in der deutschen Fernsehwelt, die Zuschauer zu Akteuren wurden, als „Akteure ihres eigenen Lebens“ und nicht nur in einer Quiz oder Game-Show. Sie untersucht die Frage: „Fungiert das Fernsehen als Fenster zur wirklichen Welt oder verändert sich mit den neuen Sendeformen die mediale Welt zur primären, wirklichen Welt?“ Dabei spielt das performative Realitätsfernsehen die wesentliche Rolle, denn es handelt von Alltagswirklichkeiten der Menschen. Im Gegensatz dazu unterhält das narrative Realitätsfernsehen den Zu-

¹⁴ Vgl. Wegener, 1999: Seite 16ff

¹⁵ Vgl. Keppler, 1994: Seite 8

schauer mit nachgestellten Szenen eines tatsächlich erlebten Unglücks. Diese zwei Formen des Realitätsfernsehens werden zu einem späteren Zeitpunkt dieser Arbeit in einem Exkurs näher erläutert. Keppler ist auch der Meinung, dass es Unterschiede zwischen den Reality TV-Formaten und den Talk Shows gibt, da die angesprochenen privaten Angelegenheiten in Daily Talkshows nicht bereinigt werden.

Aus heutiger Sicht kann jedoch eindeutig gesagt werden, dass Talkshows zum performativen Realitätsfernsehen zählen, da direkt in der Show ein Eingriff in die intime und private Alltagswelt der Protagonisten stattfindet. Zum Beispiel sagen Personen vor laufender Kamera ihrem Partner, dass es keine Zukunft mehr für sie gäbe oder machen dem Partner einen Heiratsantrag.

Prof. Peter Winterhoff-Spurk¹⁶

Als nächstes definierte Professor Peter Winterhoff-Spurk Reality TV. Er bearbeitet mit seinen Mitarbeitern den Forschungsauftrag, „das Phänomen Reality TV unter dem Mikroskop der analytischen Wissenschaft“. Sie gehen davon aus, dass Realitätsfernsehen ein neues Genre mit Unterkategorien darstellt. Die Unterkategorien definieren sie als „kriminelles Verhalten“ (z.B. „Aktenzeichen XY ungelöst“), Unglücksfälle (z.B. „Notruf“) und nicht-kriminelles Verhalten (z.B. „Vermisst“). Sendungen, die Ereignisse inszenieren und live gezeigt werden, sind von dieser Begriffseingrenzung ausgeschlossen, da sie in der Vergangenheit geschahen und einen „Life-Charakter“ vortäuschen.

Als Reality TV entsteht die Definition, die Folgendes enthält:

- Bereits vergangene negative Abweichungen des alltäglichen Lebens und deren erfolgreiche Bewältigung.
- Vornehmlich mit nachgespielten oder inszenierten Ereignissen, mit Originalaufnahmen und Interviews.
- Meist männliche Personen in den Rollen der Retter oder Opfer.
- Vorwiegende Verwendung von Nah- und Großaufnahmen. Häufiger Einsatz von „Living Camera“, Schwenk und Zoom in Auf- und Untersicht.
- Verbrechen, Notsituationen, Ermittlungen oder Rettung in der Vorgeschichte.

¹⁶ Vgl. Lücke, 2002: Seite 35ff

Winterhoff-Spurk bezieht, ähnlich wie das IMAGE, auch Sendungen wie „Verzeih mir“ oder „Nur die Liebe zählt“ in die Kategorie nicht-kriminelles Verhalten des Reality TV ein. Ebenfalls gehören für sie Suchsendungen wie „Vermisst“ zu dem Genre. Somit ist diese Definition umfangreicher als Wegeners.

Grimm

Der nächste Versuch Reality TV zu definieren geht auf Jürgen Grimm zurück. Er definierte das Genre folgendermaßen:

„(...) Reality TV ist eine Programmform (...), die mit dem Anspruch auftritt, Realitäten im Sinne der alltäglichen Lebenswelt anhand von Ereignissen darzustellen, die das Gewohnte der Alltagsroutine durchbrechen. Die Lebenswelt eines Individuums umfasst den Bereich der immer wiederkehrenden Erfahrungen in Familie und Beruf sowie kritische Lebensereignisse, z.B. Geburt, Heirat, Krankheit und Tod, die jeder nur einmal oder nur selten durchlebt. (...) Reality TV ist daher Alltag im Ausnahmezustand, der zwar eine Teilwirklichkeit, keineswegs jedoch Wirklichkeit als Ganzes repräsentiert.“¹⁷

Er vertritt in seiner Definition die gesamte Bandbreite an Abweichungen vom alltäglichen Leben. Dadurch ist der Durchbruch der Alltagsroutine Grimms Definitionsschwerpunkt. Diese Definition kann auf „Berlin Tag und Nacht“ angewendet werden. Dort stellt ein Ausnahmezustand des Alltages beispielsweise das erschwerte Leben der Mitbewohner von Jessica dar. Sie schikaniert, demütigt und mobbt ihre Mitbewohner aus der Wohngemeinschaft raus.

¹⁷ Grimm, 1995 in Lücke 2002: Seite 42

Eggo Müller

Eggo Müller definiert Reality TV mit folgenden Worten:

„In ein für die mediale Darbietung arrangiertes soziales Setting wird eine Anzahl von Akteuren gesetzt, das Geschehen wird gefilmt und gesendet. (...) [Der Zuschauer] (...) wird zum Beobachter und Interpreten von Verhaltensweisen.“¹⁸

Müller ist der Ansicht, dass Talkshows wie auch Reality Soaps zum Reality TV-Genre dazu gezählt werden.¹⁹ Somit trifft diese Ansicht auch auf „Berlin Tag und Nacht“ zu. Dort werden Personen in eine Umgebung versetzt, welche künstlich geschaffen ist, nämlich die Wohngemeinschaften. Die Charaktere sind dennoch gescripted, interpretieren jedoch sehr viel selbst. Somit stehen die Handlungen und das Verhalten der Laien im Zentrum.

Bente/Fromm²⁰

1997 haben die Psychologen Gary Bente und Bettina Fromm das neue Genre untersucht. Es lässt sich laut ihrer Aussage im Unterhaltungs- als auch im Informationsbereich des Fernsehens wiederfinden. Bente und Fromm nennen das Genre „Affektfernsehen“. Bei Reality TV sehen sie nur vereinzelt Gemeinsamkeiten mit dem Affektfernsehen. Zum Affektfernsehen gehören Formate, bei denen authentische und private Schicksale „gewöhnlicher“ Personen thematisiert werden. Geheimnisse und verborgene Gewohnheiten kommen ans Licht und werden der Außenwelt offenbart und zugänglich gemacht.²¹

Merkmale von Sendungen des Affektfernsehens:

- Non-Fiktionalität
- Veröffentlichung von Problemen und Schicksale privater Personen
- Darstellung verschiedener intimer Inhalte
- emotionale Präsentationsweise der Live-Charaktere und Interaktivitäten
- Die Charakteristika des Affektfernsehens sind somit die Authentizität, Intimisierung, Personalisierung und Emotionalisierung.

¹⁸ Lücke, 2002: Seite 40

¹⁹ Vgl. Lücke, 2002: Seite 41

²⁰ Vgl. Bente und Fromm, 1997: Seite 14ff

²¹ Vgl. Eberherr, 2001: Seite 5

Folgende Untergenres weisen Bente und Fromm dem Affektfernsehen zu:

- Affekt-Talks (z.B. Talkshows wie „Britt“)
- Beziehungssshows (z.B. Nur die Liebe zählt)
- Spielshows (z.B. Glücksrad)
- Suchsendungen (z.B. Vermisst)
- Konfro-Talks (z.B. Politische Diskussion)
- Infotainment (z.B. Taff)

Diese Charakterisierung des Affektfernsehens zeigt, dass es mehrere Gemeinsamkeiten mit der Definition von Wegener gibt. Sie unterscheiden sich lediglich durch den Live-Charakter und die Interaktivität.

Fromm erweitert in der Dissertation zwei Jahre später ihre Ansicht. Sie behält die Nennung der „Affektfernsehen-Formate“ bei und fügt den Begriff „intime Formate“ hinzu. Diese zählen für Fromm jedoch nicht zum Reality TV, denn sie geht davon aus, dass Reality TV ein „Vorläufer“ für intime Formate ist. Diese These bleibt jedoch anzuzweifeln.²²

Jonas und Neuberger²³

Markus Jonas und Christoph Neuberger nehmen sich 1996 den Definitionsversuch von Reality TV vor. Sie kritisieren die oben genannten Definitionen von Wegener und Winterhoff-Spurk. Für sie lassen diese Definitionen mehrere Ansichten außer Acht und sind zu gewaltzentriert. Jonas und Neuberger definieren Realitätsfernsehen daher als ein Phänomen der Unterhaltung durch Realitätsdarstellung. Dieser Ansatz lässt sich sehr gut auf „Berlin Tag und Nacht“ anwenden. Die Autoren formen das beziehungs-zentrierte Format, um einen hohen Unterhaltungswert zu erlangen.

Es lässt sich feststellen, dass das Kategorienschema von Jonas und Neuberger Lücken aufweist, da Formate mit hohem Spaßfaktor wie „Upps die Pannenshow“ oder „Versteckte Kamera“ aus der Definition rausfallen, obwohl sie zu der Unterhaltung durch Realitätsdarstellung gehören.

²² Vgl. Lücke, 2002: Seite 44

²³ Vgl. Lücke, 2002: Seite 42ff

Eberle

Eberle veröffentlichte 2000 seine Forschungsarbeit zu der Genrebezeichnung von Reality TV. Er ist der Meinung, dass die Bezeichnung verschwunden ist, aber nicht das Genre selbst. Er greift das Schema von IMAGE auf und wandelt es durch kleine Änderungen um.²⁴

Reality TV stellt die Wirklichkeit in besonderer und/oder veränderter Art dar. Hier gibt es vier Formen des Realitätsfernsehens:

- 1) Filmdokumente: Echtaufnahmen, die zufällig oder vorgeplant ungewöhnliche Ereignisse dokumentieren.
- 2) Dokumentationsdramen: Realgeschehnisse, die mit dem impliziten oder expliziten Anspruch der Wirklichkeitstreue nachgespielt werden.
- 3) Reality Shows: Talk-, Actionshows, etc., in denen Realkonflikte der Zuschauer dargestellt und teilweise zu einer Lösung gebracht werden.
- 4) Problemlösesendungen: Programmformen, bei denen die Fernsehtechnik selbst zur Lösung eines Sozialproblems angeboten wird oder das Fernsehen sich für die Rechte von Zuschauern anwaltlich einsetzt.²⁵

Dieser Einblick bringt wichtige Erkenntnisse, denn die Grenzen zwischen den Bereichen Information und Unterhaltung sowie Fiktion und Realität verschwimmen zunehmend. Informationen werden durch fiktionale Programmformen ermittelt. Die Unterhaltung wird hingegen im fiktionalen Bereich sowie auch im Bereich der Realitätsdarstellung und Realitätsinszenierung vermittelt. Reality TV brachte die sensationalisierte Berichterstattung somit mit sich. Es wird nicht mehr nur trocken über Informationen berichtet, im Vordergrund steht nun die Unterhaltung durch „Schicksalsschläge“²⁶

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Reality TV seit 1992 in Deutschland vertreten ist und als Sensation durch Unterhaltung beschrieben werden kann. Realitätsfernsehen vermischt Fiktion und Non-Fiktion und schließt sich der Veröffentlichung von Privatereignissen an. Nach folgenden Kriterien werden laut Wegener, Ereignisse für das Reality TV ausgewählt: Bedeutsamkeit, Eindeutigkeit, Überraschung, Negativismus, mediale Umsetzung, Personalisierung und Subjektivierung von Ereignissen, Dramatik, Authentizität und Glaubwürdigkeit sowie Menschlichkeit.²⁷

²⁴ Vgl. Eberle, 2000: Seite 207

²⁵ Eberle, 2000: Seite 212

²⁶ Vgl. Lücke, 2002: Seite 23f

²⁷ Vgl. Wegener, 1999: Seite 54

2.3 Exkurs

Folgender Exkurs dient zur Begriffserklärung des narrativen- und performativen Realitätsfernsehens.

2.3.1 Narratives Realitätsfernsehen

Die Erzähltheorie ist eine interdisziplinäre Methode der Geisteswissenschaften, Sozialwissenschaften und Kulturwissenschaften. Sie strebt eine systematische Beschreibung der Darstellungsform an. Im Deutschen hat sich der Begriff „Narratologie“ durchgesetzt. Als Gegenstand ist jede Art des erzählenden Textes möglich. Diese umfasst Geschichtsschreibungen, Interviews, Literatur, Spielfilme oder Witze.²⁸

Beim narrativen Realitätsfernsehen wird der Zuschauer mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe tatsächlicher Katastrophen unterhalten.²⁹ Somit werden „reale“ Ereignisse nachgestellt, wie z.B. in dem Format „Aktenzeichen XY“. Klassische Doku Soaps wie „Menschen, Tiere und Doktoren“ gehören ebenfalls dazu. Hier ändert das Drehbuch die Erzählstruktur komplett, denn das Beobachten wandelt sich in Nachspielen um.

2.3.2 Performatives Realitätsfernsehen

Performativität gehört zu der Sprechakttheorie und bezeichnet einen besonderen Zusammenhang zwischen Sprechen und Handeln.³⁰

Unterhaltungssendungen, mit denen direkt in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird, zählen zur populärsten Form des Wirklichkeitsfernsehens und gehören zum performativen Realitätsfernsehen. Dazu gehören bspw. Heirats-, Such- und Liebes-sendungen. Es werden Geld, Prestige oder Sachpreise gewonnen, was reale Lebensveränderungen zur Folge haben kann. Diese Lebensveränderungen der Protagonisten von Sendungen des performativen Realitätsfernsehens werden direkt vor der Kamera und den Augen der Öffentlichkeit vollzogen. Ebenso werden soziale Handlungen

²⁸ Narratologie, vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Erz%C3%A4hltheorie>: Zugriff vom 19.November 2014

²⁹ Vgl. Keppler, 1994: Seite 9

³⁰ Performativität, vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Performativit%C3%A4t>: Zugriff vom 19.November 2014

ausgeführt, die so bereits das alltägliche soziale Leben der Akteure verändern. Es zeigt sich, dass das Fernsehen Teil der heutigen Alltagswirklichkeit der Menschen ist. Es markiert einen Unterschied zwischen alltäglicher und außeralltäglicher Wirklichkeit sowie zwischen Realität und Simulation. Diese Sendungen unterbrechen das alltägliche Leben, um die Kontinuität dieses Lebens zu verändern.³¹

Beispiele für das performative Realitätsfernsehen sind „Verstehen sie Spaß“, „Verzeih mir“ oder „Hochzeit auf den ersten Blick“.

Somit lässt sich zusammenfassen, dass sich das performative Reality TV durch einen realen Hintergrund auszeichnet, jedoch den Handlungsrahmen vorgibt.

2.4 Subgenres

Im Laufe der Jahre hat eine Ausdifferenzierung des Genres Reality TV stattgefunden und der Begriff änderte sich. Im Folgenden werden einige Unterkategorien des Reality TV näher erläutert. Anschließend folgen die formalen und inhaltlichen gemeinsamen Charakteristika.

Laut Lothar Mikos rücken so genannte „Reality Formate“ die lebensweltliche Perspektive und subjektiven Lebenserfahrungen der Zuschauer stärker ins Blickfeld. „Reality Formate“ sind für ihn Hybride: das heißt Elemente verschiedener Showarten werden mit Elementen anderer Genres vermischt.³²

Somit haben alle Subgenres schon mal eine Gemeinsamkeit, denn alle verbinden Elemente mehrerer Genres. Bleicher nennt diese Tendenz „Hybridisierung“:

„Im Fernsehen erfasst der Begriff der Hybridisierung die Vermischung der Genres durch die Verknüpfung verschiedener Genrecharakteristiken zu neuen Formaten.“³³

Für Hans-Jürgen Weiß und Joachim Trebbe sind Unterhaltungsangebote Verbrechen, Unfälle, Katastrophen, Prominenz, Erotik, Lifestyle, Privates, Intimes, Beziehungen etc. in Talkshows, Boulevardmagazinen und Showformate.³⁴

³¹ Vgl. Keppler, 1994: Seite 7ff

³² Lothar Mikos, 2000: Seite 1

³³ Bleicher, 1999: Seite 132

³⁴ Vgl. Weiß und Trebbe (2000a)

Erst der folgende Einblick in die formalen Unterschiede zwischen den verschiedenen Formaten, macht die Genreeingrenzung von Sendungen erst möglich.

Die erste Unterkategorie stellt die **Daily Soap** dar. Wie der Name schon vermuten lässt, werden Folgen einer Daily Soap werktäglich ausgestrahlt. Themen bedienen sich an der Alltagsorientierung aus dem Infotainmentbereich – der subjektiven Lebenswelt. Zwischenmenschliche Beziehungen nehmen in Daily Soaps immer neue Variationen und Themen auf. Die ständig wechselnden Beziehungskonstellationen sind die Basis dieses Subgenres. Dies garantiert dem Sender hohe Zuschauerzahlen und eine hohe Senderbindung des in erster Linie jungen Stammpublikums. Dieses Format zeichnet sich durch ein freundliches Werbeumfeld bei niedrigen Produktionskosten.³⁵

Daily Talks bzw. **Talkshows** stellen ebenfalls einen geringen finanziellen Aufwand dar. Sie sind laut Keppler die Vorform des performativen Realitätsfernsehens.³⁶ In diesen Formaten werden alltagsnahe Themen durch non-fiktionale Unterhaltungen diskutiert. Sie folgen dem Prinzip des „confrontainment“ oder „confessional talk“ und werden seit den 90er Jahren tagsüber ausgestrahlt. Gäste im „confrontainment“ berichten von Abweichungen des normierten Verhaltens und werden von anderen Gästen und dem Studiopublikum verhöhnt. Im Gegenzug erzählen Personen von ihren Fehltritten und tragischen Schicksalsschlägen im „confessional talk“. Dieses Fernsehformat ist stark emotional und intim. Es bietet dem Zuschauer Lebenshilfe sowie Ratgeberfunktion und bestätigt das nicht normabweichende und gesellschaftskonforme Verhalten.³⁷

Das **Gerichts-TV** ist ein aus den USA importiertes Format. Live übertragene Gerichtsverhandlungen gibt es im deutschen Fernsehen jedoch nicht. Hier sind es nach Drehbuch gespielte Verhandlungen. Lediglich die Richter und Staatsanwälte gehen in ihrem realen Leben diesem Beruf nach. Diese Ausführung lässt sich als „Unterhaltung durch reale Darstellung“ definieren, denn die gezeigten skurrilen Fälle sind publikumswirksam, jedoch nicht mit einem „realen“ Gericht gleichzusetzen.³⁸

³⁵ Vgl. Lücke, 2002: Seite 21

³⁶ Vgl. Lücke, 2002: Seite 38

³⁷ Vgl. Lücke, 2002: Seite 21

³⁸ Vgl. Lücke, 2002: Seite 21f

Shows in denen die Kandidaten nach einem Partner suchen, werden als **Beziehungsshow**s bezeichnet. Diese Sendungen werden häufig mit Elementen der Game Show verbunden.³⁹ Ein Beispiel hierfür ist „Vier Hochzeiten und eine Traumreise“ (VOX). Dort traut sich jeden Tag eine Kandidatin und die anderen drei Bräute bewerten ihre Hochzeit in den Kategorien Zeremonie, Location, Essen, Stimmung und Brautkleid. Am fünften Tag wird das Gewinnerbrautpaar mit einer Luxusreise gekürt. Singleshows wie „Next“ (RTL II), „Bauer sucht Frau“ (RTL) und „Schwiegertochter gesucht“ (RTL) zählen ebenfalls zu diesem Show-Format.

Weiterhin lassen sich **Suchsendungen** im deutschen Fernsehprogramm finden. In diesen wird den Teilnehmern geholfen, verschollene Angehörige wieder zu finden. Eine der bekanntesten Suchsendungen ist „Vermisst“ von RTL. Dort übernimmt die Suche der vermissten Personen die Moderatorin Sandra Eckardt und führt am Ende der Sendung die gesuchte Person mit dem Teilnehmer zusammen. Diese Sendungen sind publikumswirksam, da sie viele Emotionen hervorrufen.

Weitere Unterkategorien stellen die **Game Show** und **Quiz Show** dar. Sie definieren sich durch einen geringen finanziellen Einsatz. Es wird um Geld oder Konsumartikel gespielt. Wobei bei Konsumartikeln die Show als Dauerwerbesendung deklariert werden muss. Dies ist eine raffinierte Symbiose aus Game Show bzw. Quiz Show und Werbung. Die beiden Kategorien unterscheiden sich in ihrer Spielweise. Bei der Game Show geht es um körperliche Geschicklichkeit oder kommunikative, soziale Fähigkeiten. Dagegen ist in der Quiz Show spezielles-, herausragendes- oder Allgemeinwissen gefordert.⁴⁰

Ein weiterer Import aus den USA ist die **Late Night Show**. Sie ist eine Mischung aus Comedy und Talkshow. Ein Beispiel hierfür ist „Circus HalliGalli“ (Pro Sieben). Die Show wird von Joko und Klaas moderiert und handelt von Trash, welcher häufig durch Schwachsinn inszeniert wird. Dieses Programmformat ist nicht zu verwechseln mit dem Genre Sitcom, denn hier besteht die Mischung aus Comedy und Serie.⁴¹

³⁹ Vgl. Lücke, 2002: Seite 22

⁴⁰ Vgl. Lücke, 2002: Seite 22

⁴¹ Vgl. ebd.

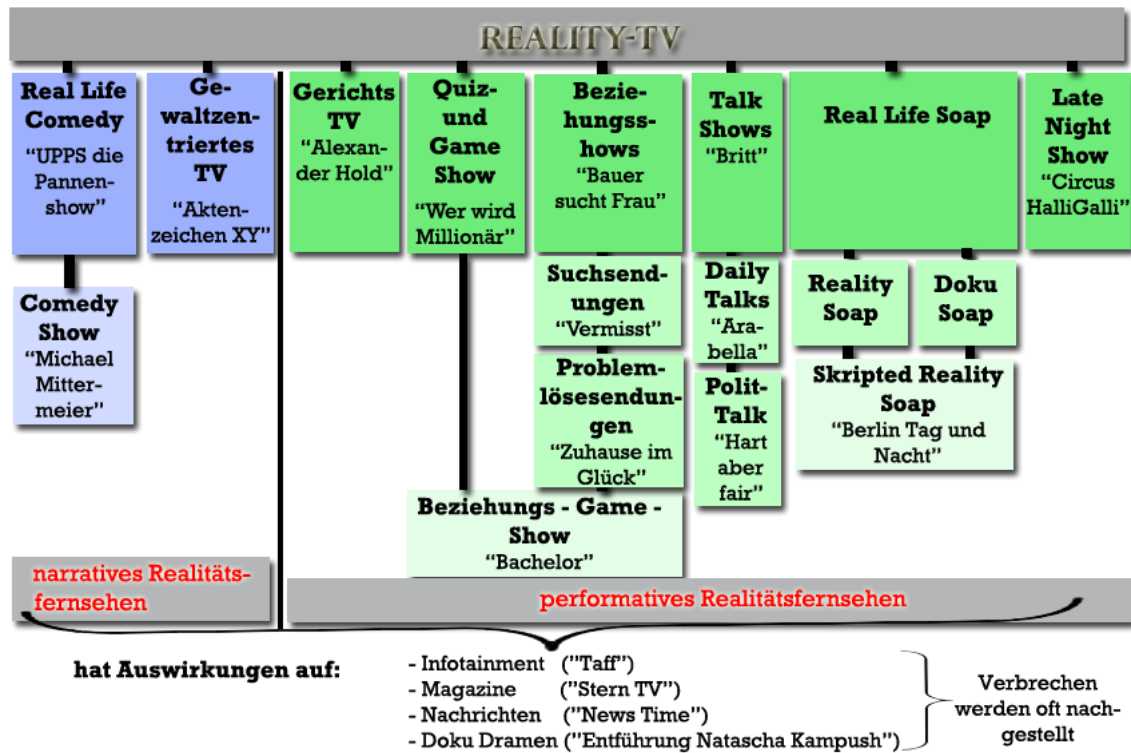


Abbildung 1: Reality TV im Überblick

Das Schaubild zeigt 17 Subgenres des Reality TV und deren Verbindungen zu ihren Fernsehgattungen. Hier handelt es sich um zwei Formate des narrativen Reality TVs. Veranschaulicht werden ebenfalls sechs Genres des performativen Realitätsfernsehens und deren Unterkategorien. Hierzu zählen die Beziehungsshow, das Gerichts TV, Talk Shows, Game- und Quiz Shows, Real Life Soaps sowie die Late Night Show. Zweifelsfrei gibt es Zugehörigkeiten zu Genres welche im Schaubild nicht verdeutlicht wurden. In einer Sendung ist jedoch hauptsächlich ihr Inhalt wichtig, denn dieser entscheidet, ob das Format zum Reality TV gezählt werden kann oder nicht.

Gemeinsamkeiten der Formate⁴²

Wie oben definiert, besitzen die Subgenres Elemente anderer Gattungen. Jedoch haben sie auch formale sowie inhaltliche gemeinsame Charakteristika in der Darstellung, welche nachfolgend aufgelistet werden.

Nicht Prominente

Die Protagonisten sind allesamt Nicht-Prominente. Für die Zuschauer sind die Darsteller somit „ganz normale“ Menschen. Dies gibt dem Zuschauer einen besonderen Reiz. Reality TV ist eine angenehme Abweichung der sonstigen „perfekten“ Fernsehfiguren.

Personalisierung

Es werden private und intime Details der Protagonisten veröffentlicht. Der Zuschauer bekommt den Eindruck der Authentizität und der Echtheit des Gezeigten. Dies steigert die Glaubwürdigkeit und Spannung. Die Personalisierung ermöglicht eine stärkere Involvement des Zuschauers. Ebenso vergleichen Rezipienten ihr soziales Leben mit dem der Protagonisten und nehmen diese als Vorbild zur Bewältigung eigener Probleme. Ein bestimmtes Ziel inszenieren und authentisches Präsentieren führen somit zu „parasozialen“ Beziehungen. Sympathien, Antipathien und persönliche Beziehungen werden zu den Darstellern, Nachrichtensprechern oder auch Moderatoren aufgebaut.

Emotionalisierung

Es werden gewöhnliche Menschen in außergewöhnlichen Situationen gezeigt. Dies löst ebenfalls eine Identifikation der Zuschauer mit dem Protagonisten aus. Private Themen, wie Sex, Familie und Gewalt wecken schon an sich Emotionen. Andere emotionsweckende Beispiele sind ein Interview von Opfer bzw. Täter. Es werden Emotionen wie Mitleid, Mitgefühl, Freude, Trauer etc. hervorgerufen. Gestärkt werden diese durch stilistische Mittel wie der Musik, Großaufnahmen, genaue Darstellung und Zeitlupen-Wiederholung.

⁴² Vgl. Lücke, 2002: Seite 53ff

Intimisierung

Die Intimisierung trifft mehr auf das performative Realitätsfernsehen zu. Themen aus dem privaten Lebensbereich, wie zwischenmenschliche Beziehungen und persönliche Probleme werden veröffentlicht, da persönliche Bedürfnisse stärker im Zentrum stehen als früher. Die Zuschauer orientieren sich an der Lebensbewältigung der Protagonisten.

Stereotypisierung

Geschichten werden durch Reduktion komplexer Zusammenhänge in kurzer Zeit dargestellt. Dadurch werden die Emotionen beim Zuschauer stärker geweckt und es wird Betroffenheit ausgelöst. Jedoch sind Charakterentwicklungen bzw. –darstellungen durch die kurzgehaltenen Geschichten kaum noch möglich. Somit werden stereotype Darstellungsmuster und standardisierte Handlungsabläufe verwendet, um nur die wichtigsten Details aufzuzeigen. Dies ist besonders stark bei Nachrichtenformaten zu beobachten.

Dramatisierung

Ereignisse werden dramatisch und reißerisch dargestellt. Hauptsächlich bei gewaltzentrierten Reality TV-Formaten werden erregende, lebhafte und spannende Gestaltungsmittel verwendet. Dies soll ein dramatisches Geschehen vermitteln. Was durch spannungssteigernde Musik, schnelle Schnitte und überraschende Szenenwechsel verwirklicht wird.

Live-Charakter

Die meisten performativen Reality TV-Sendungen versuchen eine Live-Inszenierung vorzutäuschen. Dieser Eindruck wird z.B. durch das Studiopublikum verstärkt. Live-Shows enthalten oft interaktive Angebote für die Zuschauer zu Hause, durch telefonische Wahl des besten Teilnehmers.

Mischung der Fiktion und Realität

Frühere fiktionale Genres hatten die Aufgabe Fiktion durch Unterhaltung darzustellen. Non-Fiktionale Genres, welche aus dem Informationsbereich stammen, bildeten die Realität ab. Heutzutage verwischen die Fiktion und Realität zunehmend. Die Realität wird nachgestellt und die Wirklichkeit ist somit arrangiert. Reality TV-Unterkategorien gehören zwar zum non-fiktionalen Bereichen, jedoch enthalten sie fiktionale Elemente.

Information und Unterhaltung

Bis in die 80er Jahre wurde zwischen der Unterhaltung und der Information strikt unterschieden. Durch den Einsatz dramaturgischer Mittel, um die Nähe zur Show oder Serie darzustellen, ist die Trennung heutzutage nicht mehr möglich. Realitätsansprüche bzw. Informationskennzeichen und das Unterhaltungskennzeichen bilden die dramaturgische Aufbereitung. Subjektive Informations- bzw. Unterhaltungswerte der Zuschauer steigern gegenüber der fiktionalen Aufbereitung den Wahrheitsgehalt. Heute wird kein Subgenre dem Informationsbereich mehr eindeutig zugeordnet.

Authentizität und Inszenierung

Hier wird die Frage gestellt, ob etwas Realität ist oder nur inszeniert wurde.

	Authentizität	Inszenierung
	Meist nicht Prominente erzählen bzw. stellen „wahre“ Geschichten dar.	Das Ereignis wird im Ablauf beeinflusst.
Im narrativen Reality TV	werden die Geschichten im Original gezeigt oder nachgestellt.	wird der nachgestellte Unfall besonders dramatisch gedreht oder fiktive Elemente verändern den Ablauf.
Im performativen Reality TV	erzählen Menschen selbst die Geschichte in einer festen Dramaturgie.	sind Diskussionsthemen oder Fragen zuvor vorbereitet worden. Menschen setzen sich gezielt in Szene.

Tabelle 1: Authentizität und Inszenierung

Handlungen sind authentisch, wenn davon ausgegangen werden kann, dass die Geschichte nicht erfunden ist. Hiernach wird der Anschein von Authentizität beibehalten, aber die Realität wird durch die Inszenierung berechenbar. Der Verweis auf Authentizität bewirkt beim Rezipienten eine bestimmte Rezeptionshaltung.

2.4.1 Real Live Soap

Nun widmet sich die Arbeit dem Reality TV-Untergenre „Real Live Soap“ auch Pseudo Realitätsfernsehen genannt. Es wird heute von vielen für das Reality TV gehalten. Auch wenn das Format noch nicht eindeutig definiert wurde, kann gesagt werden, dass es zwei Ausprägungen hat. In welcher Beziehung die Real Live Soap mit ihren Ausprägungen, der „Docu Soap“ und der „Reality Soap“ steht, wird anschließend näher erläutert.

Real Live Soaps stellen das Privatleben der Akteure in der Öffentlichkeit dar und zeigen häufig intime Situationen. „Normale Menschen“ lassen sich bei ihren Handlungen im Alltag und bei besonderen Ereignissen ihres Lebens filmen. Somit gehört die Real Live Soap zum performativen Realitätsfernsehen. Ein weiteres charakteristisches Merkmal ist die Verschmelzung verschiedener Fernsehgattungen, welche das Format als Hybridgenre definiert. Verschiedene Genres sind hier vor allem Dokumentationen, Serien, Teile der Game- oder Talkshow, die durch Elemente der Fiktion und Non-Fiktion vermischt werden. Einen besonderen Beitrag leistete Stephanie Lücke zur Genredefinierung der „Real Live Soap“. Sie erläutert dies folgendermaßen:

„(...) Teilweise dokumentarische Serien, in denen Geschichten und Erlebnisse aus dem Alltag von Nicht-Prominenten entweder in ihrer gewohnten Umgebung oder in einem künstlich arrangierten sozialen Setting beobachtet und gefilmt werden. (...) Die Szenen werden nach den Spannungsregeln der Soap Opera zusammengesetzt und ergeben zwischen zwei und über 100 Einzelfolgen. Zusätzliche Anreize für die Rezeption sind durch die Einbeziehung von Elementen aus der Game und der Talk Show möglich, so dass Real Life Soaps insgesamt als Hybridgenre anzusehen sind.“⁴³

Dieses Format soll die Zuschauer hauptsächlich unterhalten. Manchmal können Zuschauer den Fortgang der Sendung mitbestimmen. Beispielsweise durch telefonische oder online Abstimmung. Das Format wurde 1998 durch die Unterbereiche „Doku Soap“ und „Reality Soap“ erweitert.⁴⁴ Dies geschah, da die Real Live Soap die Ziele von Doku- und Reality Soap vereint. Nämlich die Darstellung des „wirklichen realen Lebens“ mit dramaturgischen Mitteln, um dem Charakter einer Serie getreu zu werden.⁴⁵

⁴³ Lücke, 2002: Seite 120

⁴⁴ Vgl. Wegener, 1999: Seite 24

⁴⁵ Vgl. Lücke, 2002: Seite 63

Demnach folgt eine kurze Einführung in die Merkmale von Serien. Serien stellen den „Alltag“ von Personen dar. Diese haben jedoch keine Übereinstimmung zu der realen und imaginierten Wirklichkeit. Dies erkennt man daran, dass ein wirkliches Leben kein geschlossenes System von Figuren und Situationen darstellt. Serien besitzen diese Geschlossenheit jedoch und nutzen sie um eine Überschaubarkeit darzustellen. Dennoch wird dies von manchen Zuschauern verwechselt.⁴⁶

Nachfolgend werden die zwei Unterkategorien der Real Live Soap näher untersucht und erläutert. Anschließend folgt eine tabellarische Gegenüberstellung der beiden Formate.



Abbildung 2: Real Life Soap

Die Doku Soap hatte ihre Geburt 1995 in Großbritannien und kam 1998 nach Deutschland. Nach der Einführung dieses Formates folgte eine Debatte in Großbritannien, da auf der einen Seite die Inszenierung, Rekonstruktion und mediale Wirklichkeit steht und auf der anderen Seite die Authentizität, Glaubwürdigkeit und Wahrheit. Für gewöhnlich hat eine Doku Soap zwischen zwei und sechs Folgen mit rund 30 Minuten Länge. Sie sind eine kostengünstigere und populistischere Variante der Dokumentarfilme.⁴⁷

⁴⁶ Vgl. Keppler, 1994: Seite 28

⁴⁷ Vgl. Lücke, 2002: Seite 62ff

Den Erfolg der Doku Soap erklärte Grant Mansfield, Chefredakteur des Senders ITV mit folgenden Worten:

„People often ask me what the magic ingredients of a successful documentary soap are. In fact they're not radically different to any other documentary. It's essential to have a good subject, good characters and, crucially, good filmmakers.“⁴⁸

Eggert differenzierte 1999 die Doku Soap in drei Typen:⁴⁹

- 1) Ort: Spielen sich am Ort des Geschehens ab. Hauptfiguren leben oder arbeiten dort. Die Geschichten werden über diesen Ort geltend gemacht und durch Personen zusammengehalten.
- 2) Personen: Themen und Geschichten werden über die Hauptperson vermittelt. Die Person selbst steht im Mittelpunkt.
- 3) Themen: Personen und Orte werden über das Thema zusammengehalten. Vor allem bei vielfältigen Doku Soaps, bei welchen die Möglichkeit besteht, dass sie durch Orte, Personen und Geschichten auseinanderdriften. Das Thema gibt Halt und bestimmt den Rahmen.

Dieses Schema lässt sich jedoch nicht auf jede Sendung eindeutig anwenden, da ein TV-Format auch mehreren Typen zugeordnet werden kann. Somit ist diese Typisierung nicht spezifiziert genug, um sie auf die Form der heutigen Doku Soap anzuwenden.

Ein bekanntes Beispiel der Doku Soap ist „Das Clubschiff“. Übertragen wurde die Sendung 1999 von März bis April um 20:15 Uhr. Hier wird der Alltag der Besatzung und der Gäste des deutschen Kreuzfahrtschiffs „Aida“ bei der Fahrt durch die Weltmeere dokumentiert. RTL beurteilte das Format bei 1,33 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 10,9% als Flop.⁵⁰

⁴⁸ Mansfield Zitat, in Eggert, 1999: Seite 19

⁴⁹ Vgl. Eggert, 1999: Seite 73ff

⁵⁰ Vgl. Lücke, 2002: Seite 163

Die zweite Unterkategorie der Real Life Soap ist die Reality Soap. Dieses Format hatte im Jahr 2000, mit „Big Brother“ ihre Premiere in Deutschland und beschreibt die Bandbreite der Umsetzung dieses Genres.⁵¹

Lücke beschreibt das Verhalten von Reality Soaps mit folgenden Worten:⁵²

„Reality Soaps beschäftigen sich ausschließlich mit den Verhaltensweisen von Männern und Frauen unter- und miteinander, mit ihren Konflikten und Beziehungen in Extremsituationen.“

Bislang fehlen jedoch noch weitere wissenschaftliche Beiträge zur Definition und Charakterisierung dieses Genres. Somit hat eine wissenschaftlich fundierte definitive Eingrenzung noch nicht stattgefunden. Reality Soap ist schwerer zu definieren, da sie verschiedene Genres sowie Authentizität mit Inszenierung und Fiktion mit Realität vermischt.⁵³

Unter Reality Soaps fällt die Sendung „Big Brother“. Es ist die erste und bislang erfolgreichste Reality Soap, mit zehn Staffeln, in Deutschland. Hier werden mehrere Personen über einen gewissen Zeitraum zusammen in einen als Wohnung eingerichteten „Container“ gesperrt. Diese haben sich zuvor noch nie gesehen und müssen in dem Zeitraum mehrere Spiele bestehen, um sogenannte „Luxusgüter“ zu erhalten. Hierzu zählen beispielsweise Zigaretten. Die Bewohner werden 24 Stunden durch zahlreiche Kameras und Mikrofone beobachtet, welche in jedem Raum und jeder Ecke vorhanden sind. Somit entgeht den Rezipienten nichts. Sie wählen nach Sympathien jede Woche mindestens einen Bewohner aus der Show raus, sodass der letzte Bewohner am Ende der Sendung eine gewisse Geldsumme gewinnt.

Mikos teilte Big Brother durch folgende Erklärung in ein Genre ein: Big Brother stellt nach den Darstellungsweisen und der Dramaturgie von Soap Operas eine inszenierte Verhaltens- und persönlichkeitsorientierte Spielshow dar. Im Spiel Big Brother finden weitere Spiele statt. Somit ist es ein um die Inszenierung von Authentizität bemühtes, auf die Alltagswelt von Rezipienten und Kandidaten zugeschnittenes Format. Somit ist es eine Reality Soap.⁵⁴

⁵¹ Vgl. Lücke, 2002: Seite 65

⁵² Lücke, 2002: Seite 93

⁵³ Vgl. Lücke, 2002: Seite 101

⁵⁴ Vgl. ebd.

Nachfolgend werden nun die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Doku- und Reality Soap für einen besseren Überblick gegenübergestellt.

Gemeinsamkeiten

Es sind beides Formate des performativen Realitätsfernsehens. Die Darsteller sind in beiden Kategorien „normale“ Menschen, d.h. keine Schauspieler. Dies soll eine Identifikationsgrundlage beim Publikum schaffen. Ebenfalls werden private und intime Vorgänge durch Elemente der Soap Opera, bspw. Cliffhanger, der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Dies löst eine emotionale Bindung beim Rezipienten aus. Die Handlung dreht sich um einen festen Personenkreis, an einem gleichbleibenden Ort und sowohl die Reality Soap als auch die Doku Soap erzeugen Spannung beim Zuschauer.

Unterschiede⁵⁵

Doku Soap	Reality Soap
Beobachtet und begleitet Menschen in ihrem alltäglichen Lebens- und Arbeitsumfeld und dokumentieren dies unterhaltsam. Dies soll authentisch, echt und ohne Inszenierung dargestellt werden.	Personen werden aus der natürlichen Umgebung entrissen und in eine künstlich arrangierte Umgebung/Setting versetzt. Es wird eine bestimmte Lebensbedingung im Vorfeld geschaffen. D.h. Interaktion und Geschehnisse werden beeinflusst und Handlungen gesteuert. Kandidaten werden oft in Extremsituationen gedrängt. Somit entsteht ein Grad an Inszenierung.
Das Kamerateam kommt zu den Personen nach Hause.	Die Menschen kommen zum Kamerateam.
Niedriger Bekanntheitsgrad -> da weniger Aufsehen erregt wird.	Hoher Bekanntheitsgrad
Von Privat- und Öffentlich-Rechtliche Sender.	Bisher nur von Privatsendern produziert.
Mischform zwischen Dokumentation und Serie. Hat keine interaktiven Möglichkeiten.	Elemente von Game Shows werden integriert und sind Show-Bestandteil. Dadurch entsteht eine Konkurrenzsituation.
Darsteller haben Einfluss auf die Auswahl des Sendematerials.	Darsteller haben keinen Einfluss auf die Auswahl des Sendematerials.
Keine Merchandisingprodukte.	Große Plattform an Merchandising.

Tabelle 2: Doku Soap und Reality Soap

⁵⁵ Vgl. Lücke, 2002: Seite 92 - 127

Zusammenfassend kann man feststellen, dass sowohl für die Charaktere der Reality Soap wie auch von der Docu Soap schnell Sympathie oder Antipathie empfunden werden können. Dies liegt an dem angebotenen stereotypen Rollenmuster.

2.4.2 Genreeinordnung „Scripted Reality Soap“

Aufgrund des vorangegangenen Kapitels wird es nun Zeit zu beantworten, was die „Scripted Reality Soap“ darstellt und wie sie bisher wissenschaftlich definiert wurde. In der Wissenschaft besteht in dieser Hinsicht noch eine große Lücke. Es gibt noch keine allgemein gültige Definition. Nachfolgend wird eine für diese Studie zugrunde liegende Definition ermittelt.

„Scripted Reality Soap“ ist eine Gattung der Real Life Soap und gewann in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung im deutschen Fernsehprogramm. Bis heute sind sie großer Bestandteil der privaten Fernsehsender. Schnellere Herstellung und geringere Produktionskosten im Gegensatz zu dokumentarischen Formaten, sind die Gründe für den großen Anteil in der Fernsehwelt.⁵⁶ So kostet eine 45 minütige Scripted Reality Folge 40.000€ und eine Folge der Serie „Gute Zeiten Schlechte Zeiten“ dagegen 70.000€ - 80.000€.⁵⁷

Im Jahre 2009 startete die Verbreitung der Scripted Reality Soaps in Deutschland. Die Umsetzung war dennoch nicht neu, da das Gerichts TV auch einem Script unterliegt. Formate dieses Genres sind fiktive Sendungen ohne realen Hintergrund. Sie laufen entweder als Fortsetzungsserie, wie „Berlin Tag und Nacht“ oder Episodenserie wie „Verdachtsfälle“. Die Sendungen dieses Formats basieren auf einem Drehbuch, die Darsteller sind lediglich Laien und sie wirken zunächst wie Dokumentationen.⁵⁸ Die meist negativ bewerteten Schauspielfähigkeiten machen die Attraktivität vieler Formate erst aus.⁵⁹ „Nun gibt es Laien-Profis, also Schauspieler, die für einen Hauch von Realität in vermeintlich authentische Existenzen schlüpfen.“⁶⁰ Dabei stellt sich die Frage, ob Protagonisten die Inszenierung überhaupt noch durchschauen. Wick sagt dazu, dass der

⁵⁶ Vgl. Plöger, 2013: Seite 9f

⁵⁷ Vgl. Plöger, 2013: Seite 16

⁵⁸ Vgl. Plöger, 2013: Seite 12ff

⁵⁹ Vgl. Holst, 2009

⁶⁰ Brauck, 2009: Seite 88

Alltag voller Medienbotschaften ist, die überzeugend dargestellt werden. Der Empfänger muss diese allerdings selbst auf ihren Wirklichkeitsgehalt überprüfen.⁶¹

Interessant ist nun, welche Sendungen der Scripted Reality Soap im deutschen Fernsehprogramm vertreten sind. Deshalb wird am Ende der Arbeit eine Liste mit diesen Sendungen vom Jahr 2014 angehängt.

2.4.3 „Berlin Tag und Nacht“ – eine Genrezuweisung

Durch den Vergleich der Definitionen der Subgenres des Reality TV und insbesondere der Real Live Soap lässt sich nun das Format „Berlin Tag und Nacht“ einem Genre zuweisen.

Die Sendung „Berlin Tag und Nacht“ fällt unter das Subgenre Real Live Soap. Da die Handlung vorgeschrieben ist fällt das Format nicht direkt unter die Unterkategorien Reality Soap oder Doku Soap sondern unter das Hybridgenre „Scripted Reality Soap“. Auf Deutsch übersetzt, bedeutet dies geschriebene Realitätsserie. Im deutschen Fernsehen ist „Berlin Tag und Nacht“ derzeit die beliebteste Scripted Reality Soap. RTL II beschreibt sie selbst als „Realtainment“.

Zwei Merkmale, das „Berlin Tag und Nacht“ mit der Doku Soap verbindet, sind die dokumentarische Darstellung durch eine wackelige Kameraführung und abgesetzte Interviews.

Unterschiede zur regulären Soaps sind vor allem die voice-over. Dies sind Kommentare und Interviews der Charaktere zwischen den Szenen. Dadurch werden aktuelle Ereignisse und Gefühlslagen zu bestimmten Situationen ausgedrückt. Weiter teilen Darsteller die Ereignisse ihres Alltags auf sozialen Netzwerken, wie Facebook oder Twitter. Dies dient der Authentizität, da dem Zuschauer zusätzlich suggeriert wird, dass sich alles in der Realität abspielt. „Berlin Tag und Nacht“ unterscheidet sich von anderen Scripted Reality Formaten jedoch hauptsächlich durch die Improvisation. Hier sind die Szenen und Handlungen zwar vorgeschrieben, jedoch gibt es kein exaktes Drehbuch.⁶²

⁶¹ Vgl. Wick, 2012: Seite 207

⁶² Vgl. Plöger, 2013: Seite 30



Abbildung 3: Genrezuweisung „Berlin Tag und Nacht“

„Berlin Tag und Nacht“ besitzt dennoch einige gemeinsame Elemente mit dem Genre „Serie“. Dazu gehören die Serien-Dramaturgie sowie das Konzept der Endlosigkeit, d.h. es wird auf kein bestimmtes Ende hingearbeitet und die Sendung kann endlos weitergeführt werden. Ebenso dominieren die Dialoge gegenüber der Handlung und jede Folge endet mit einem Cliffhanger. Eine weitere Gemeinsamkeit ist die Zopfdramaturgie. Hier werden mehrere Handlungsstränge miteinander verwoben. Zuletzt werden Konflikte nur oberflächlich gelöst und enthalten oft neue Konflikte.⁶³

⁶³ Vgl. Plöger, 2013: Seite 13

2.5 Zwischenfazit

Nach der Begriffsentwicklung lässt sich festhalten, dass Reality TV heutzutage als Oberbegriff für verschiedene Formate verwendet wird. Diese haben einen Unterhaltungswert oder besitzen eine dokumentarische Wirklichkeitsdarstellung. Die Fernsehentwicklung in den 90er Jahren bildete die Merkmale des Reality TV aus. Es zeigte sich, dass die Vermischung verschiedener Genres ein neuartiges Gesamtkonzept bzw. Charakteristikum unserer Zeit ist. Durch die Verknüpfung von Charakteristika verschiedener Gattungen ist Realitätsfernsehen von der Hybridisierung geprägt. Durch diese Verknüpfung werden neue Formate geformt, welche dann als „Hybridgenre“ benannt werden.

Um die steigende Anzahl an Reality TV Sendungen zu differenzieren, werden sie grundsätzlich dem narrativen und dem performativen Realitätsfernsehen zugewiesen. Als konstitutive Elemente des Reality TV wurden dabei vier Merkmale herausgearbeitet. Die Personalisierung, die Authentizität des Dargestellten, die Intimität und die Emotionalisierung.

Das Format „Berlin Tag und Nacht“ wurde in das Hybridgenre „Scripted Reality Soap“ eingeordnet, da es zwar einen vorgeschriebenen Handlungsstrang besitzt und es demnach „gespielte“ Geschichten widerspiegelt, aber dennoch die Realität darstellen soll. Weiterhin lässt sich festhalten, dass die Wirklichkeit im Reality TV dokumentiert, aber auch inszeniert wird. Hiermit werden die Grenzen zwischen Fiktivem und Realem immer mehr vermischt. Ein Nervenkitzel entsteht beim Zuschauer erst durch die Darstellung realer Gefühle und Emotionen. Die unterhaltsam und spannend präsentierte „Realität“ von normalen Menschen in verschiedenen Themenbereichen machen das Genre erst aus. Grenzen zwischen Öffentlichkeit und Privatem verschwimmen immer mehr. Zum Beispiel werden die Diäten der Bundeskanzlerin genauso thematisiert, wie ihre politischen Entscheidungen. Ebenso werden Trends und Bedürfnisse durch die versteckte Autorität des Fernsehens geschaffen.

Wegener ordnet klassische reale Fernsehgattungen, wie Magazinsendungen, Reportagen, Nachrichten, etc. ebenfalls dem Realitätsfernsehen zu. Da diese die Präsentationsart einzelner Beiträge verändern und emotionalisieren. Die konstruktiven Merkmale dieser Sendungen sind der Anspruch der Information und die Schilderung authentischer Ereignisse. Dadurch wird die Darstellung von Realität beabsichtigt.⁶⁴

⁶⁴ Vgl. Wegener, 1994: Seite 51

3 Berlin Tag und Nacht

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, gehört das Format „Berlin Tag und Nacht“ (BTN) zum Unterhaltungsfernsehen. „Format“ wird nachfolgend oft im Zusammenhang mit „Berlin Tag und Nacht“ verwendet, da der Begriff alle charakteristischen Elemente bzw. Merkmale des Erscheinungsbildes beinhaltet. Dies reicht von den Charakteren über die Inszenierungsstile bis hin zu den Präsentationsformen. Alle Informationen, die nicht anders gekennzeichnet sind, stammen aus eigener Rezeption von "Berlin Tag und Nacht". Die Informationen sind allesamt auf dem Stand der Rezeption vom 17.12.2014.



Abbildung 4: Logo BTN

Da in folgender Studie die Zuschauermotivationen deutscher Reality TV-Formate am Beispiel von „Berlin Tag und Nacht“ untersucht werden, stellt sich zunächst die Frage:

Was ist „Berlin Tag und Nacht“?

„Berlin Tag und Nacht“ zeigt spannende Geschichten einer Wohngemeinschaft aus der Hauptstadt Berlin. Zunächst wurde das Format als Lückenfüller für den Zwischenraum zweier "Big Brother"-Staffeln von der Firma „film pool“ produziert. Aufgrund unerwarteter positiver Resonanz sendet RTL II „Berlin Tag und Nacht“ weiter und setzt „Big Brother“ ab.

„Berlin Tag und Nacht“ ist eine von RTL II produzierte Scripted-Reality-Soap, die das Leben unterschiedlicher Menschen in einer Wohngemeinschaft in der Großstadt Berlin zeigt. Diese erleben gemeinsam Höhen und Tiefen. Dabei geht es um die Liebe, den Job oder um die Freundschaft. Die Serie beginnt, als die 24-jährige Meike nach Berlin zieht, um ihren Traum von einem eigenen Tattoo Studio zu verwirklichen. Ihre Jugendliebe Marcel hatte ihr einen Platz in seiner WG freigehalten.

Die Kameraführung ist oft unruhig und verwackelt. Dies soll den Realismus zum Ausdruck bringen und symbolisieren. Zwischen den Szenen sind verschiedene Stadtteile, Sehenswürdigkeiten oder ganz normale Alltagsgeschehnisse (viele bei der Oberbaumbrücke) von Berlin zu sehen. Dies wird mit Musik untermalt. Die Musikrichtung wird anhand der vorangegangenen Szene gewählt. Wenn diese traurig war, ist der Zwischenteil auch mit trauriger Musik unterlegt. Die Produktion zielt bei den Charakteren auf Improvisation, einen festen Cast und Laiendarsteller ab. Ein weiteres Merkmal ist das „Voice-over“. Dies sind Kommentare und Gedanken der Charaktere zu der jeweils endenden Szene.

Bei der Zielgruppe wird auf den Bekanntheitsgrad von „BTN“ Rücksicht genommen. Der Schwerpunkt der Kernzielgruppe liegt bei Frauen und Männern im Alter von 14–49 Jahren. Interessant sind die Sozialstruktur und der Bildungsstatus der Zuschauer. Die nachfolgende Untersuchung belegt, dass die Sendung mehr von Zuschauern der mittleren und oberen gesellschaftlichen Schicht rezipiert wird.

Aus der Schilderung des Inhaltes kristallisieren sich nun folgende Eckpfeiler bzw. Merkmale dieses Formates heraus.

- Bei den Charakteren handelt es sich um gewöhnliche, nicht-prominente Personen.
- Eine feste Handlung wird vorgegeben. Gespräche und Verhalten sind jedoch improvisiert.
- Zwischenszenen zeigen das Leben auf Berlins Straßen.
- Die „Voice-over“-Interviews
- Es werden spannende Geschichten von Berliner Wohngemeinschaften erzählt.

Daten:

Erstausstrahlung	12.September 2011
Titelmusik	Mika – Kick Ass ⁶⁵
Produktion	Vittorio Valente
Ableger	Köln 50667 (seit 07.Januar 2013 um 18 Uhr auf RTLII). Frankreich, Slowakei, Österreich haben ebenfalls Ableger der Serie produziert. ⁶⁶

Jahr	Erstausstrahlung	Wdh. am nächsten Tag	Wdh. am Wochenende
2011		11 Uhr	Samstags ab 9:15 Uhr
2012		12 Uhr	Sonntags ab 13:05
	19 Uhr	13 Uhr	Sonntags ab 13:05
2013		13 Uhr	
2014		12:50 Uhr	keine

Tabelle 3: Ausstrahlungsdaten

Marktanteile bzw. Einschaltquoten⁶⁷

Die Premiere am 12. September 2011 blieb mit 4,1% Marktanteil in der Zielgruppe der 14 bis 49-jährigen hinter den Erwartungen des Senders. Nach der Erstausstrahlung mit schwachen Quoten, steigert sich diese anschließend von Folge zu Folge. Im Oktober 2011 steigt die Internet-Relevanz der Serie ebenfalls sehr stark an. Am 1. Dezember 2011 läuft es für das Format so gut wie nie zuvor. Es erreicht in der Zielgruppe einen Marktanteil von 9,2% mit insgesamt 1,06 Millionen Zuschauern. Am 3. Januar geht der Marktanteil mit 10,6% in den zweistelligen Bereich über und am 4. Juli 2012 steigert sich dieser sogar auf 15,4%. Der Spitzenwert wird am 22. August 2013 erzielt. Hier erreicht die Folge 1,34 Millionen bei 7% des Gesamtpublikums. Bei der Zielgruppe bedeuten 1,07 Millionen Zuschauer und 16,2% ebenfalls einen neuen Bestwert.

⁶⁵ Titelsong, URL: https://www.youtube.com/watch?v=zc8qY-5x-_U; Zugriff vom 18. Dezember 2014

⁶⁶ Ableger, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht; Zugriff vom 18. Dezember 2014

⁶⁷ Marktanteile, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht; Zugriff vom 18. Dezember 2014

3.1 Das Medienphänomen

„Berlin Tag und Nacht“ ist weit mehr als ein Fernsehereignis. Es besteht aus Fernsehen, Internet, Realitätsauftritten und begleitenden Merchandising-Artikeln. Zunächst werden zwei Begriffe definiert, unter welche das Format „Berlin Tag und Nacht“ fällt.

Reflexive Moderne: Sie ist die Zusammenfassung allgemein gesellschaftlicher Entwicklungen. Die Lebensstile einzelner Personen weiten sich aus und verändern sich stetig. Somit entstehen Ausdifferenzierungen der Lebensformen, welche einen hohen Grad an Individualisierung mit sich bringen.⁶⁸

Doppelfunktion: Das Fernsehen bietet ein Angebot an Identitätsmustern und bietet Platz sich selbst darzustellen. „Berlin Tag und Nacht“ nimmt sich ebenso der Doppelfunktion an, denn die Kandidaten können sich im Fernsehen, durch die Improvisation selbst repräsentieren und bieten so dem Zuschauer die Möglichkeit, sich neue Werte verschiedener Persönlichkeiten anzueignen und auszuprobieren.⁶⁹

Charaktere

Die Charaktere stehen alle in gewissem Maße miteinander in Verbindung. Es handelt sich um gewöhnliche, nicht-prominente Personen. Zudem gibt es gewisse Crossover zu anderen Sendungen. So waren Lou und Meik zuvor Kommissare in der Sendung „Schmiede 21“ und Meike ging zum BTN-Ableger „Köln 50667“. Nachfolgend werden alle aktuellen Hauptfiguren und Nebendarsteller mit ihren beruflichen Tätigkeiten und Wohnorten aufgelistet.

⁶⁸ Vgl. Lücke, 2002: Seite 56

⁶⁹ Vgl. Mikos et.al., 2000: Seite 56

Aktuelle Hauptfiguren	Eintrittsfolge ⁷⁰	Wohnen	Arbeit
Joe Möller	1	Haupt-WG	Inhaber einer Werkstatt
Marcel Nowak	1	Haupt-WG	Tätowierer im „Classic Tattoo“
Ole Peters	1	Haupt-WG	Schlagersänger
Fabrizio Di Marco	1	Haupt-WG	Mechaniker in Joes Werkstatt
Hanna Schiller	1	Jugend-WG	Ausbildung in der „Schnitte“
„Krätze“	3	Jugend-WG	In der Waschstraße
Peggy Möller	4	Haupt-WG	Friseurin in der „Schnitte“
Jessica Hamilton	12-329/718-jetzt	Melissa/Jessica-WG	Gogo-Tänzerin im Matrix
Piet Berger	26	Hausboot	ehem. Matrix-Besitzer
„Basti“ Heuer	66	Matrix-Loft	Geschäftsführer vom Matrix
„Caro“ Andersen	317	Matrix-Loft	Tätowiererin im „Classic Tattoo“
„Miri“ Schwartz	366	Matrix-Loft	Barkeeperin im Matrix
Milla Brandt	457	Matrix-Loft	Gogo-Tänzerin im Matrix
Leon Hoffmann	622	Matrix-Loft	Barkeeper im Matrix
Paula Habich	623	Haupt-WG	Inhaberin der „Schnitte“
Jan Radtke	699	Jugend-WG	In der Waschstraße
„Lou“ Bergmann	713	Haupt-WG	Djane im Matrix
„Emmi“ Schwanitz	740	Jugend-WG	Kellnerin in einem Restaurant
Maik Hoffmann	744		ehem. Polizist
Melissa Farsad	786	Melissa/Jessica-WG	Studentin
Daniel Krause	2		Inhaber von „Classic Tattoo“
Joanna Schiller	573	Jugend-WG	
Simmo	812		Praktikant in Joes Werkstatt
Nebendarsteller			
Inge Heidmann	85		
Pace Hoffmann	492	in Ibiza	
Meike Weber	1-343, jetzt in vereinzelt Folgen	in London	
Sabrina	806	Jugend-WG	
Chris Hamilton	719-807		Promoter
„Schmidt“	3-769		

⁷⁰ Eintrittsfolge, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht; Zugriff vom 15. Dezember 2015

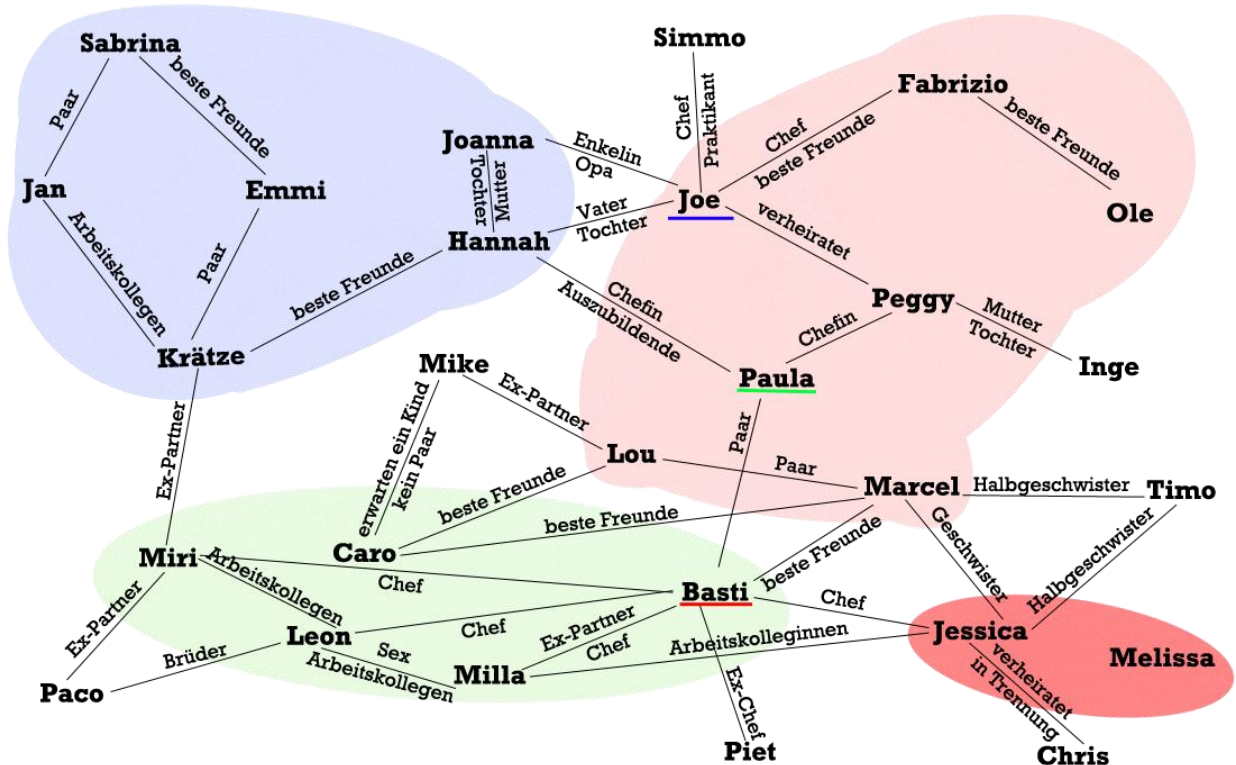


Abbildung 5: Zusammensetzung der Charaktere

Legende:

- Geschäftsführer Matrix
- Inhaber "Schnitte"
- Inhaber Autowerkstatt
- Haupt-WG
- Jugend-WG
- Matrix-Loft
- Melissa/Jessica-WG

Das Schaubild beschreibt, in welcher Verbindung die Charaktere in Bezug auf Familie, Arbeit und Partnerschaft stehen. Ebenso wird verdeutlicht, wer mit wem in welcher Wohngemeinschaft wohnt. Hervorgehoben wird der Geschäftsführer der Diskothek „Matrix“ und die Inhaberin des Friseursalons „Schnitte“ und der Autowerkstatt. Erstellt wurde das Schaubild eigenhändig durch die Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“.

Schauplätze

Der größte Teil von „Berlin Tag und Nacht“ wird im Berliner Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg gedreht. Es gibt derzeit vier verschiedene Wohngemeinschaften und sechs verschiedene Arbeitsplätze der Charaktere an denen gedreht wird.

Wohngemeinschaften



Abbildung 6: Haupt-WG

Die erste WG ist die Hauptwohngemeinschaft. Sie ist der Dreh- und Angelpunkt der Serie und ist seit der ersten Folge vertreten. Das Oberhaupt der WG ist Papa-Joe, welchem auch die Autowerkstatt gehört. Derzeitige weitere Bewohner sind der Mechaniker Fabrizio, das Pärchen Marcel und Lou und Joes Ehefrau Peggy. Zu ihnen gesellen sich noch die Besitzerin der „Schnitte“ Paula und der Quatschkopf bzw. Schlagersänger Ole.



Abbildung 7: Jugend-WG

Die zweite Wohngemeinschaft ist die Jugend-WG, welche ebenfalls seit Anfang an mit dabei ist. Die Bewohner dieser WG sind Hannah und ihre Tochter Joanna, Krätze, Jan sowie die besten Freundinnen Emmi und Sabrina. Diese Wohnung befindet sich in der Nähe der U-Bahnstation Kottbusser Tor.



Abbildung 8: Matrix-Loft

Das Matrix-Loft bildet die dritte Wohngemeinschaft. Der Geschäftsführer Basti, die Barkeeper Leon und Miri, sowie die Gogo-Tänzerin Milla vom „Matrix“ und die Tätowiererin Caro bilden die derzeitigen Bewohner dieser Wohngemeinschaft.



Abbildung 9: Melissa und Jessica WG

Die letzte und neueste WG besteht aus den Charakteren Jessica und Melissa, welche derzeit auf der Suche nach zwei weiteren Mitbewohnern sind.

Arbeitsplätze

Die meisten der „Berlin Tag und Nacht“-Charaktere arbeiten an diesen Arbeitsorten.

Das „Classic Tattoo“ ist ein Tattoo Studio, welches von Daniel Krause betrieben wird. Das Studio befindet sich am Alexanderplatz. Hier arbeiten die „Berlin Tag und Nacht“-Charaktere Marcel und Caro als Tätowierer.



Abbildung 10: Classic Tattoo

Das Hausboot, in dem Piet wohnt liegt in der Spree, an der Stralauer Allee in Berlin. Zuvor war es eine Shisha-Bar und Hostel. Derzeit arbeitet dort einzig und allein die Haushälterin Helene des ehemaligen Matrix-Besitzers Piet.



Abbildung 11: Matrix

Das „Matrix“ ist eine Diskothek unter dem U-Bahnhof Warschauerstraße. Es ist der Arbeitsplatz von Basti, Milla, Jessica, Leon und Miri.

Den Arbeitsplatz von Joe, Fabrizio und Simmo bildet die Autowerkstatt von Joe. Fabrizio ist hier der Mechaniker und Simmo ein Praktikant.

Die „Schnitte“ ist ein Friseursalon mit integriertem Nagelstudio. Hannah absolviert hier ihre Ausbildung als Friseurin. Peggy arbeitet dort ebenfalls als Friseurin und Kosmetikerin unter der Besitzerin Paula.



Abbildung 12: „Schnitte“

Krätze und Jan sind Arbeitskollegen in der Waschstraße an der Hodersohnstraße in Berlin.

Internet

„Berlin Tag und Nacht“ ist Online vielfach vertreten. Facebook bzw. andere Medien geben die Möglichkeit einer offenen Deklaration non-fiktiver und fiktiver Charaktere.

Facebook: Die Fanseite „Berlin Tag und Nacht“ hat bereits 3,36 Millionen „Gefällt mir“ – Angaben wobei GZSZ hingegen nur auf 1,5 Millionen Likes kommt. Täglich erhält die „BTN“-Seite mehr als 100.000 „Gefällt mir“-Klicks und mehr als 5000 Kommentare pro Post.

Die BTN-Charaktere haben jeweils einen Account mit dem Darstellernamen, sowie eine private Fan-Page mit ihrem „realen“ Namen. Wie beispielsweise Hannah, welche eigentlich Anne Wünsche heißt. Sie betreibt eine erfolgreiche Facebook Seite und einen YouTube Channel.

Twitter: Auf Twitter besitzt die Serie bereits 85.000 Follower.

RTL-Page: Die „RTL-Now“-Seite enthält die Mediathek, in welcher jede verpasste Folge angesehen werden kann.

Realitätsauftritte

Die Glaubwürdigkeit der Serie wird durch Realitätsauftritte der Charaktere gesteigert.

Als Hanna bei „Berlin Tag und Nacht“ schwanger wurde, war sie als Anne Wünsche ebenfalls schwanger. Somit ist Joanna ihre leibliche Tochter. Ebenso trat bei der Musikshow „The Dome“ Ole als „Ole ohne Kohle“ mit seinem Schlagersong „Ich bin kein Model und kein Superstar“ auf. Das Lied schrieb und produzierte er in der Serie vor den Augen seiner Fans. Die Charaktere Krätze und Schmidt waren bei „The Dome“ als Gäste anwesend. Dabei sprachen die Moderatoren die zwei Darsteller mit ihren Seriennamen an. Eine weitere Besonderheit ist Daniel Krause. Er heißt im wahren Leben genauso und ist auch hier Inhaber von „Classic Tattoo“. Zuletzt kann jeder die Diskothek „Matrix“ besuchen. Denn diese gibt es ebenfalls in der „realen“ Welt.

Merchandising⁷¹

20.04.2012 CD (Songs, die in der Serie gespielt wurden)
05.06.2012 Single von Ole „ich bin kein Model und kein Superstar“
29.11.2013 Buch „Wir Geil...und du so?“
31.01.2014 JJ unter Trés Jolie veröffentlicht ihre Single „Bow!“
25.07.2014 2.Single von Ole „Mallorca, hey ich komme“
Zuletzt gibt es DVD's über jede der bisherigen 20 Staffeln.

Lediglich eine eigene Zeitschrift würde dem Format „Berlin Tag und Nacht“ noch fehlen.

⁷¹ Merchandising, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht; Zugriff vom 15. Dezember 2015

3.2 Evaluierung bisheriger Forschungsergebnisse

Nach der thematischen Einführung und Auseinandersetzung mit „Berlin Tag und Nacht“ folgt nun ein Abriss der vorhandenen Forschungsergebnisse. Anschließend werden forschungsbezogene Theorien näher thematisiert.

Wie bereits beschrieben, werden mit den gewonnenen Ergebnissen, die aus der Untersuchung hervorgehen, Vergleiche und Erweiterungen mit bisherigen Resultaten angestrebt. Hierfür liegt der Grund vor allem in der Entwicklung und den Veränderungen des Reality TV.

Im Jahre 2001 erschien der Artikel "Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer" in den "Media Perspektiven".⁷² Uli Gleich befasste sich hier mit den Nutzungsmotiven und Funktionen von Reality TV-Formaten. Sie setzte sich mit Motiven wie Eskapismus oder Aufrechterhaltung eines optimalen Anregungsniveaus, das Wohlbefinden auslöst, auseinander. Dass die Rezeption von Unterhaltungssendungen auf spezifische Einstellungen der Rezipienten zurückzuführen ist, wird deutlich hervorgehoben.

Diese Motive sind jedoch Ergebnisse aus der Bewertung der verschiedenen Nutzungsaspekte. Hier geht Uli Gleich vom "Erwartungs-mal-Wert-Modell" aus, welches in vorliegender Arbeit als Erwartungs-Bewertungs-Ansatz nach Palmgreen definiert wird. Alle Modelle gehen mehr oder weniger davon aus, dass Unterhaltung um ihrer selbst Willen genutzt wird. Somit liegt die Belohnungsfunktion in der Handlung der Rezipienten. Der Grund der Rezeption zur Unterhaltung kann auch im Prozess der Orientierung und der Identitätsbildung liegen. Das heißt, dass Zuschauer Unterhaltungssendungen ansehen, um ihre eigene Identität zu stabilisieren.⁷³

Gleich fasst die Nutzungsmotive wie folgt zusammen: Voyeurismus, Angstlust und Informationsquelle zur Bewältigung von Alltagssituationen. Durch den individuellen sozialen Hintergrund der Rezipienten und deren persönlichen Dispositionen werden Reality TV-Angebote interpretiert und wahrgenommen.⁷⁴

Hinsichtlich der Forschungen zu "Berlin Tag und Nacht" besteht in der Motiv- und Nutzungsforschung sowie der Frage nach der Funktion ein großes Defizit. Nur das Werk von Plöger beschäftigt sich ansatzweise mit diesem Thema.

⁷² Vgl. Heft 10, 2001; Artikel von Uli Gleich

⁷³ Vgl. Gleich, 2001: Seite 524

⁷⁴ Vgl. Gleich, 2001: Seite 526

Bisher ist Plögers Arbeit die einzige Rezeptionsstudie zu "Berlin Tag und Nacht". Sie untersucht in ihrem Werk die Wirkung von Scripted-Reality-Formaten am Beispiel von „Berlin Tag und Nacht“. Dazu führte sie 16 fokussierte Interviews durch. Anschließend kam sie zu dem Entschluss, dass die Befragten die Charaktere des Formates auch ohne entsprechende Kennzeichnung erkennen. Weiter steht für die Teilnehmer die Nutzung zur parasozialen Interaktion und zur Orientierung im Vordergrund. Dabei kommt Maximiliane Plöger zur Erkenntnis, dass Frauen sich mehr mit den Fernsehfiguren vergleichen und Männern die Unterhaltung besonders wichtig ist.⁷⁵

Nun ergibt sich ein gesammeltes Konstrukt an bisherigen Erkenntnissen und Ergebnissen anhand der Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“, nachdem die einzelnen Forschungen zusammengetragen wurden. Besondere Rücksicht wird während der Untersuchung auf die Arbeit von Plöger genommen.

⁷⁵ Vgl. Plöger, 2013: Seite 5

4 Forschungsbezogene Theorien

Nachfolgend wird sich mit den theoretischen Grundlagen auseinandergesetzt. Die Erkenntnisse hieraus sind das Fundament der empirischen Untersuchung. Das Uses-and-Gratifications-Approach wird zunächst behandelt und anschließend das darauf aufbauende GS/GO-Modell und der Erwartung-Bewertungs-Ansatz nach Palmgreen.

Dennoch existieren verschiedene Systeme bzw. Definitionen zur formalen Einordnung von TV-Sendungen. Diese ermöglichen und erleichtern dem Mediennutzer das Erkennen, Einordnen und Bewerten von Medienformaten. Medienschemata sind für Sender, Regisseure und Kameraleute zur erwartungsgerechten Herstellung durch das Verfügen von Erwartungsmustern, von Bedeutung.⁷⁶

4.1 Uses-and-Gratifications-Approach (UGA)

Folgend werden die Auswirkungen der medialen Reize sowie das Verhalten der Zuschauer im Nutzungsprozess beobachtet.

Die Grundthese des kommunikationswissenschaftlichen UGA besagt, dass Menschen Medien nutzen, um bestimmte Bedürfnisse oder Erwartungen zu befriedigen.⁷⁷

Zuwendungsgründe können von Rezipient zu Rezipient variieren. So wenden sich zwei Zuschauer derselben Sendung zu, ziehen jedoch andere Erkenntnisse daraus.⁷⁸ Es wird davon ausgegangen, dass menschliche Bedürfnisse zu unterschiedlicher, individueller Mediennutzung führen. Der Nutzenansatz besagt, dass es sich um ein zielgerichtetes und sinnhaft handelndes, aktives Publikum handelt. Welchen Medieninhalt sie nutzen, entscheiden sie frei nach individuellen Bedürfnissen, Problemen und Erwartungen. Der Rezipient wendet sich diesen Inhalten zu, weil er eine Gratifikation erwartet.⁷⁹

⁷⁶ Vgl. Lücke, 2002: Seite 14

⁷⁷ Vgl. Schweiger, 2007: Seite 61

⁷⁸ Vgl. Burkart, 2002: Seite 222

⁷⁹ Vgl. Burkart, 1983: Seite 184f

Kernthesen des UGA.⁸⁰

- Die Mediennutzung ist ein zielorientiertes und aktives Handeln. Der Zuschauer ist ein aktiver Teil des Rezeptionsverlaufes.
- Eine Möglichkeit zur Bedürfnisbefriedigung sind die Inhalte der Massenmedien. Es wird davon ausgegangen, dass hinter der Medien- und Programmwahl verschiedene Einstellungen, Präferenzen und bestimmte Bedürfnisse stecken. Diese sollen bewusst und gezielt befriedigt werden.
- Die Rezeption verschiedener Medien gibt eine Möglichkeit der Gratifikation. Diese muss sich gegen andere eventuelle Gratifikationen durchsetzen. Zum Beispiel dem direkten sozialen Kontakt mit anderen Menschen und deren Umwelt.

Der Uses-and-Gratification-Ansatz sagt ebenfalls, dass die Zuschauer sich ihrer Nutzungsmotive völlig bewusst sind und sich somit den Medien bewusst zuwenden. Diese These wurde stark kritisiert, denn die Rezipienten sind sich ihrer Bedürfnisse nicht immer bewusst. Jedoch kann es vorkommen, dass es rationale Gründe für ein unbewusstes Verhalten gibt. Wenn beispielsweise eine Person jeden Tag die gleiche Sendung wie z.B. Nachrichten verfolgt, hat diese eine gewisse Funktion für sie und es gibt keinen Grund dieses Verhalten abzulegen.⁸¹

Der Gegenstand des Nutzenansatzes beschäftigt sich mit den sozialen und psychologischen Ursprüngen von Bedürfnissen, die Erwartungen an die Medien stellen. Die Erwartungen führen schließlich zu unterschiedlichen Mustern der Mediennutzung. Hieraus resultieren Bedürfnisbefriedigungen oder andere Konsequenzen.⁸²

Die Publikumsattraktivität zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:⁸³

- Internationalität: Durch gewisse Motivationen wird die Medienwahl gelenkt
- Nützlichkeit: Die Zuschauer ziehen einen Nutzen aus der Medienrezeption
- Selektivität: Durch vorherrschende Interessen und Präferenzen wird das Medienverhalten bestimmt
- Unzugänglichkeit: Bei widerständigen Rezipienten haben Medien keine Beeinflussungsmöglichkeiten

⁸⁰ Vgl. Burkart, 2002: Seite 223

⁸¹ Vgl. Schweiger, 2007: Seite 69f

⁸² Vgl. Katz et. Al. 1974 in Schenk, 2007: Seite 686

⁸³ Vgl. Rubin, 2000: Seite 142

Es lässt sich festhalten, dass für eine bestimmte Mediennutzung verschiedene Bedürfnisse notwendig sind. Vier klassische Bedürfnisse haben sich aus diversen Gratifikationskatalogen herauskristallisiert.⁸⁴

- 1) Soziale Bedürfnisse: parasoziale Beziehungen
- 2) Affektive Bedürfnisse: Erholung, Entspannung oder Ablenkung
- 3) Kognitive Bedürfnisse: Informationssuche
- 4) Identifikationsbedürfnisse: Selbstfindung, Vorbildsuche, Identifikation

Diese Bedürfnisse werden als Grundlage für die individuelle Mediennutzung gesehen. Der Rezipient erwartet eine Bedürfnisbefriedigung.⁸⁵ Bei der Suche nach dieser Befriedigung weisen Zuschauer den Medienangeboten eine subjektive Rolle zu. Diese kann in wiederholten Abständen neu definiert werden, egal ob die Erfahrungen dabei positiv oder negativ sind.⁸⁶

Somit wird der Uses-and-Gratification-Ansatz durch spezifische Belohnungen definiert. Diese setzen sich aus Zeitvertreib, Unterhaltung und Ablenkung zusammen.⁸⁷

4.1.1 Das GS/GO-Modell und der Erwartungs-Bewertungs-Ansatz

Hier wird sich mit zwei Modellen des Uses-and-Gratifikations-Ansatzes auseinandergesetzt. Vorerst lässt sich sagen, dass erhaltene Gratifikationen nicht mit der Bedürfnisbefriedigung gleichzusetzen sind. Letztendlich entscheidet die Differenz zwischen der gesuchten und der erhaltenen Gratifikation die tatsächliche Bedürfnisbefriedigung.⁸⁸

⁸⁴ Vgl. Schweiger, 2007: Seite 80

⁸⁵ Vgl. Schweiger, 2007: Seite 686

⁸⁶ Vgl. Burkart, 2002: Seite 220ff

⁸⁷ Vgl. Gleich, 2001: Seite 530

⁸⁸ Vgl. Bonfadelli, 2004: Seite 174ff

GS/GO-Modell

In diesem Modell spielt die Differenz zwischen den gesuchten (gratifications sought=GS) und den erhaltenen Gratifikationen (gratifications obtained=GO) eine große Rolle. Diese GS/GO-Differenz wird gemessen, um festzustellen wie weit die beiden Gratifikationen voneinander abweichen. Aus der Abweichung werden anschließend Rückschlüsse gezogen, wieweit das gewählte Medium und dessen Inhalt sich zur Bedürfnisbefriedigung eignen. Umso geringer die Differenz ist, desto eher erfüllt der Medieninhalt die Erwartungen und Bedürfnisse des Zuschauers. Daraus lässt sich schließen, dass der Rezipient diesen Medieninhalt häufiger nutzen wird bzw. nutzt.⁸⁹

Die Grundaussage des GS/GO-Modell ist, dass Zuschauer die Medien und Inhalte, die ihre Erwartungen zufriedenstellen, bevorzugt nutzen.

Erwartungs-Bewertungs-Ansatz nach Palmgreen

Auch bei diesem Ansatz wird zwischen den gesuchten und erhaltenen Gratifikationen unterschieden. Der Erwartungs-Bewertungs-Ansatz von Palmgreen und Rayburn stammt aus der Sozialpsychologie und wurde auf den UGA übertragen und weiterentwickelt.⁹⁰ Die Verhaltensabsichten setzen sich hier aus zwei Funktionen zusammen. Aus der Erwartung (Besitz einer Eigenschaft oder ein Verhalten zieht Folgen nach sich) und aus einer Bewertung (Stärke einer affektiven Einstellung, welche der Eigenschaft oder der Folge des Verhaltens gegenüber steht).⁹¹

In diesem Modell kann die Suche nach Gratifikationen und die Mediennutzung von den Erwartungen und Bewertungen beeinflusst werden. Die Nutzung führt anschließend zur Wahrnehmung von bestimmten erhaltenen Gratifikationen. Diese steuert rückwirkend die individuelle Wahrnehmung der Medien und deren Inhalte im Zusammenhang mit den Gratifikationen verbundenen Eigenschaften.⁹² Demnach ist die Nutzung eines bestimmten Medienangebotes umso größer, je höher die Erwartungen und je positiver ihre Bewertungen sind. Besteht eine negative Erwartung kann jedoch mit einem Rückzug der zukünftigen Rezeption gerechnet werden. Wenn sich die Bewertung oder die Erwartungen ändern, dann verändert sich auch das Ausmaß der Nutzung.⁹³

⁸⁹ Vgl. Schweiger, 2007: Seite 85ff

⁹⁰ Vgl. Schenk, 1987: Seite 389

⁹¹ Vgl. Burkart, 2002: Seite 233

⁹² Vgl. Schenk, 2007: Seite 694

⁹³ Vgl. Roden, 2009: Seite 28

4.2 Sozialforschung

Im Folgenden werden psychologische Modellvorstellungen und Nutzungsmuster von Rezipienten bzw. Teilnehmern für ein besseres Verständnis der späteren Fragebogenauswertung dargestellt. Der Fokus liegt dabei auf den Merkmalen der "Kontroll-erwartung" und des "sensation seeking".

Diese Arbeit basiert auf der quantitativen Sozialforschung. Die Sozialforschung möchte laut Siegfried Lamneks, die soziale Wirklichkeit so unverfälscht wie möglich erfassen. Basis sind hierfür Hypothesen und Forschungsfragen, welche geklärt werden. Damit diese dem Ziel der Sozialforschung gerecht werden, müssen die Vorkenntnisse der Forscherin vollständig und realitätsgerecht sein. Das heißt, dass die Autorin im Vorfeld viele Folgen „Berlin Tag und Nacht“ gesehen haben muss, um mit der Geschichte und den Charakteren vertraut zu sein.⁹⁴ In diesem Fall ist dies voll und ganz gegeben, da die Forscherin bisher keine der bisher 825 Folgen verpasst hat.

Die Medienpsychologie legt den Fokus darauf, inwieweit bestimmte Persönlichkeitsindikatoren das Medienverhalten bestimmen und beeinträchtigen. Dies beschreibt die Frage: Welche psychosozialen Merkmale führen zu welchen Bedürfnissen, die mit bestimmten Erwartungen an das Medienangebot gekoppelt sind und somit zur Rezeption führen? Die Wissenschaft besagt, dass Medien zur Bedürfnissbefriedigung von Menschen genutzt werden. Um welche Bedürfnisse es sich dabei handelt, hängt von den jeweiligen psychosozialen Indikatoren des Rezipienten ab. Dabei kann ein Medieninhalt aus unterschiedlichen Bedürfnissen heraus genutzt werden.⁹⁵

Julian Rotter entwickelte das Konzept zur Kontrollerwartung, auch "locus of control" genannt. Es beschreibt das Ausmaß, in welchem Menschen der Meinung sind, sie selbst können bestimmte Situationen kontrollieren bzw. nicht kontrollieren. Vorweg lässt sich sagen, dass Menschen durch Erfahrungen lernen. Die interne- oder externe Kontrollerwartung entsteht aus der Summe dieser Erfahrungen. Die Ereignisse werden bei externer Natur auf äußere Faktoren, wie Glück, andere Personen oder Schicksal zurückgeführt. Im Gegenzug dreht es sich in der internen Kontrollerwartung um das Individuum selbst. Diese Personen sind der Meinung, viele Kontrollmöglichkeiten zu haben. Personen mit externer Kontrollüberzeugung hingegen, gehen davon aus, kaum

⁹⁴ Vgl. Lamnek, 1995: Seite 96ff

⁹⁵ vgl. Schmitt, 2004: Seite 152ff

Kontrolle ausüben zu können.⁹⁶ Der Kontrollverlust wird dabei von Menschen mit interner Kontrollerwartung negativ erlebt. Grund dafür ist das menschliche Bedürfnis, seine Umwelt unter Kontrolle zu haben. Wenn das scheitert, kann das ein Gefühl der Hilflosigkeit hervorrufen oder die interne Kontrollüberzeugung geht in eine externe über.⁹⁷

Das Konzept des zweiten Merkmals ist auf Marvin Zuckermann zurückzuführen. Unter „sensation seeking“ wird ein Persönlichkeitsmerkmal verstanden, dass auf ständiger Suche nach intensiven Erlebnissen ist oder das konstante Bedürfnis nach diesen Momenten beschreibt. Das Fundament ist das Erregungs- und Aktivierungsniveau eines jeden Menschen. Indem eine Person unterschiedlichen Reizen ausgesetzt wird, sollen diese Niveaus aktiv durch materielle oder physische Reize erreicht werden. Der bestmögliche Erregungswert kann von Person zu Person variieren. Dafür wird zwischen dem "low sensation seeker" und dem "high sensation seeker" unterschieden. Der high sensation seeker versucht sein Aktivierungspotential durch bestimmte Reize zu erhöhen, um es an seinen optimalen Erregungsstandard anzupassen bzw. zu halten. Dabei entsteht ein Zusammenhang mit der Kontrollerwartung, denn high sensation seeker sind der Meinung, riskante Erlebnisse selbst kontrollieren zu können. Der low sensation seeker meidet hingegen Möglichkeiten, die seine Erregung über das optimale Niveau steigern könnten. Er neigt zur Überaktivierung und sucht die Reize aus, die sein Niveau möglichst niedrig halten oder sogar senken. Die Mehrheit der Menschen bewegt sich aber zwischen diesen beiden Ausprägungen.⁹⁸

"Sensation Seeking" besteht laut Roden aus vier Dimensionen:⁹⁹

- Thrill/Risiko (SST): Erlebnissuche, die mit Angstreizen in Verbindung steht.
- Erfahrungserweiterung (SSE): Bedürfnis, etwas neues zu erleben.
- Enthemmung (SSD): Sinneserweiterung oder ein Gefühl sich fallen lassen zu können.
- Hang zur Langeweile und Ungeduld (SSB): Gefühl der vorschnellen Langeweile.

⁹⁶ vgl. Mielke, 1982: Seite 21ff

⁹⁷ vgl. Vitouch, 2000: Seite 41ff

⁹⁸ vgl. Roden, 2009: Seite 34f

⁹⁹ vgl. ebd.

Für Bente und Fromm bestehen die psychosozialen Funktionen und Nutzungsmotive hauptsächlich in der Veröffentlichung von Privatem. Sendungen bilden dabei nicht nur reale Erfahrungen nach, sondern greifen unmittelbar in die Realität ein, wie bspw. bei "Nur die Liebe zählt".

Pape ermittelt hierfür vier Motive, die in Zusammensetzung und Intensität variieren.¹⁰⁰

- 1) Selbstdarstellung: Teilnehmer stellen ihre Persönlichkeit öffentlich dar.
- 2) Suche nach Anerkennung: Das Fernsehen bietet eine Anerkennung über den privaten Bereich hinaus und bezieht sich auf individuelle Handlungs- und Verhaltensweisen.
- 3) Einsamkeit: Ein Gast kann kein Leben nach seinen Vorstellungen durch Einsamkeit führen.
- 4) Extraordinäre Handlung: Teilnehmer möchte Kontakt zu potentiellen Partnern herstellen. Selbstdarstellung als individuelle Persönlichkeit, bspw.: öffentliche Liebeserklärungen.

Selbstdarstellung als psychologisches Grundbedürfnis steht demnach im Zusammenhang mit der Suche nach Anerkennung. Somit ist das Motiv der extraordinären Handlung zum Teil auch in der Selbstdarstellung vorhanden.¹⁰¹

¹⁰⁰ Vgl. Bente und Fromm, 1997: Seite 53

¹⁰¹ Vgl. Bente und Fromm, 1997: Seite 54

4.3 Zuwendungsgründe zum Reality TV

Einer der wichtigsten Punkte dieser Arbeit ist die Motivation der Rezipienten, wenn sie sich der Sendung „Berlin Tag und Nacht“ zuwenden. Folgend werden einige Motivatoren vorgestellt, auf welche bei der empirischen Untersuchung zurückgegriffen wird.

Zunächst eine wiederholende Aufzählung der Merkmale des Reality-TV:

- Identität
- Authentizität
- Alltäglich/außergewöhnlich
- Voyeurismus
- Dramaturgie und Inszenierung
- Hybridisierung

Für Keppler erfolgt eine Rezeption auf Basis emotionaler Identifikation oder Unterscheidung. Ebenfalls müssen Bedürfnisse befriedigt werden.¹⁰²

Sturm wies 1972 nach, dass der emotionale Gehalt von Medienbotschaften am längsten und am prägnantesten beim Rezipienten haften bleibt. Weiterhin besteht ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen personalen Medienwirkungen (Geschlecht, Alter, Bildung, etc.) und dem der Präsentation.¹⁰³

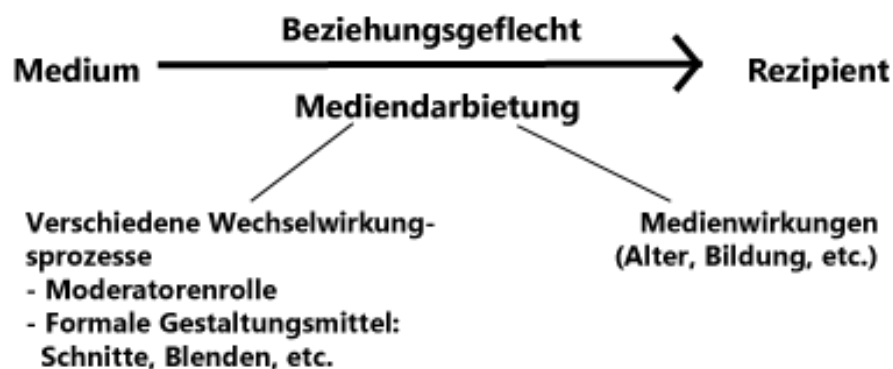


Abbildung 13: Sturms Konzept 1972

¹⁰² Vgl. Keppler, 1994: Seite 29

¹⁰³ Vgl. Keppler, 1994: Seite 45

Zillmann untersucht 1982, welchen Reiz die Darstellung von Emotionen auf den Rezipienten ausübt. Die Verwendung von Stimuli produziert starke Erregung, selbst wenn diese negativ ist. Weiter bewirken Sex und Gewalt starke Erregungen. Die Verwendung von Emotionen in der Handlung ist für die Wirkung beim Zuschauer von großer Bedeutung, denn Rezipienten fühlen sich von emotionalen Fernsehspielen angezogener. Auf eine spätere Szene wird dabei intensiver reagiert, da sich die Reaktion des Rezipienten bei einer schnell aufeinanderfolgenden Darstellung von Gefühlen erst bei Beginn der neuen Szene einstellt.¹⁰⁴

Grimm befasste sich im Jahre 2000 ebenfalls mit den Motiven der Rezipienten. Dabei unterschied er zwischen sieben Motivgruppen.¹⁰⁵

- 1) Neugierde: Bezieht sich auf Außergewöhnliches oder Alltägliches.
- 2) Orientierung: Der Vergleich oder etwas zu lernen steht im Vordergrund.
- 3) Erlebniswert: Durch etwas Bekanntes, Außergewöhnliches oder Überraschendes entsteht ein positiver Erlebniswert.
- 4) Gefühlsmanagement: Durch eine Rezeption wird versucht die emotionale Befindlichkeit zu verändern.
- 5) Interaktion: Parasoziale Interaktion stellt eine Beziehung zu den Medienakteuren her. Dabei wird unter der sozialen Interaktion die direkte soziale Kommunikation verstanden.
- 6) Spiel: Beobachten der Spielaktivitäten oder das Abfragen des aktuellen Spielstandes.

Das Unterhaltungsmotiv wird hier als eigenes Motiv angesehen. Zuschauer können oft nicht klar sagen, was sie an einem Format unterhält.¹⁰⁶

Früher wurde vor allem von einem zentralen Motiv der Realitätsflucht ausgegangen, während sich in der weiteren Forschung zunehmend breitere Motivatorenkataloge ausdifferenzierten. Greenberg unterscheidet in seinem Katalog zwischen 24 Bedürfnisgruppen, die er zu acht Obergruppen zusammengefasst hat: Entspannung, Geselligkeit, Information, Gewohnheit, Zeitfüller, Selbstfindung, Spannung und Eskapismus. Im Gegensatz unterteilen McQuail, Blumer und Brown sie in vier Motivationsdimensionen. Der Ablenkung/Zeitvertreib, der persönlichen Beziehungen, der persönlichen Identität und der Kontrolle der Umgebung. Ähnlich unterscheiden auch Palmgreen, Wenner und Rayburn

¹⁰⁴ Vgl. Keppler, 1994: Seite 46

¹⁰⁵ Vgl. Grimm, 2000: Seite 18ff

¹⁰⁶ Vgl. Grimm, 2000: Seite 7ff

zwischen Informationssuche, Nutzen für Entscheidungen, Unterhaltung, Nutzen für interpersonelle Kommunikation und parasoziale Interaktion.¹⁰⁷

Für den vorliegenden Problembereich ist bisher nicht geklärt, welchen Nutzen sich Rezipienten von Formaten des Reality TV erwarten. Deshalb nimmt die Untersuchung der Zuschauermotive hier einen zentralen Stellenwert ein.

¹⁰⁷ Vgl. Bente und Fromm, 1997: Seite 43

5 Empirischer Teil

Mit Hilfe der in den folgenden Kapiteln gewonnenen theoretischen Erkenntnissen werden diese nachfolgend durch eine empirische Untersuchung überprüft und ergänzt. Zunächst werden die Forschungsfragen in Verbindung mit den Hypothesen, welche dieser Arbeit zugrunde liegen, vorgestellt.

5.1 Forschungsfragen und Hypothesen

Die in der Einleitung aufgestellte forschungsleitende Frage hat Platz für weitere Forschungsfragen gelassen. Während der empirischen Untersuchung werden folgende Hypothesen bestätigt oder widerlegt. Diese Bachelorarbeit legt das Augenmerk auf folgende drei Forschungsfragen auf dem Gebiet der Motive, der Erwartung und Befriedigung.

Motive für die Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“

Forschungsfrage 1:

Was bewegt den Rezipienten zum Einschalten von „Berlin Tag und Nacht“?

Die vorher durchgenommenen Motivkataloge bilden den Grundstock zur Untersuchung dieser Frage. Ziel ist es die Zuwendungsgründe bzw. Motive der Rezipienten herauszufinden, die ihn zum Einschalten von „Berlin Tag und Nacht“ bewegen.

Hypothese 1:

Einer der wichtigsten Zuwendungsgründe zu „Berlin Tag und Nacht“ ist die Neugierde, auch kognitive Stimulation genannt.

Was passiert als Nächstes? Streitet sich Marcel wieder mit Lou oder kommt Basti mit Paula zusammen. Der Rezipient schaltet das Format ein, da er wissen möchte, wie es weiter geht.

Dieses Motiv ist aus dem Motivkatalog von Grimm entnommen. Hier werden Motive verstanden, welche die Neugier beim Rezipienten wecken.

Hypothese 2:

"Berlin Tag und Nacht" wird rezipiert um sich mit Charakteren zu identifizieren.

Einige Zuschauer sind froh darüber, dass es bei ihnen zu Hause nicht so abläuft. Andere wünschen sich einen solchen Trubel oder Freunde und ein weiterer Teil der Rezipienten ist froh zu sehen, dass sie nicht die einzigen mit den gezeigten Gefühlen und Problemen sind.

Erwartungen der Rezipienten an "Berlin Tag und Nacht"

Hier handelt es sich um die Erwartungen der Rezipienten, bevor sie sich dem Format „Berlin Tag und Nacht“ zuwenden.

Forschungsfrage 2:

Welche Erwartungen hat der Rezipient von "Berlin Tag und Nacht"?

Die im vorherigen Kapitel bearbeiteten forschungsbezogenen Theorien gehen davon aus, dass sich ein Rezipient bewusst einem Format zuwendet und somit bestimmte Erwartungen hat. Das Ziel dieser Fragen ist es zu überprüfen, welche Erwartungen die Rezipienten an "BTN" haben und ob diese befriedigt werden.

Hypothese 3:

Zuschauer erwarten von der Rezeption von "Berlin Tag und Nacht", unterhalten zu werden.

Die Unterhaltung ist Rezipienten sehr wichtig, um eine Sendung einzuschalten. Wenn Zuschauer nicht unterhalten werden, kommt Langeweile auf. Dabei ist es egal, ob sich über die Blödheit der Charaktere amüsiert wird oder einen die Liebesgeschichten mitreißen. Eine wichtige Rolle spielt dabei auch die Modernität, d.h. den Zeitgeist der Zielgruppe anzusprechen.

Das Motiv „Unterhaltung“ wurde ebenfalls Grimms Motivkatalog entnommen.

Befriedigung der Rezipienten von „Berlin Tag und Nacht“

Erst durch die tatsächliche Rezeption der Sendung kann das Befriedigungsgefühl eintreten. Nach der Rezeption können die Zuschauer feststellen, ob ihre vorherigen Erwartungen befriedigt wurden.

Forschungsfrage 3:

Werden die Erwartungen durch die Rezeption von "Berlin Tag und Nacht" befriedigt?

Es gilt herauszufinden, ob die in Forschungsfrage zwei gefragten Erwartungen durch die Rezeption von „BTN“ erfüllt werden.

Hypothese 4:

Die Zuschauererwartungen werden durch die Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ befriedigt.

Durch die stetig steigende Erfolgsquote der Sendung, lässt sich die Behauptung aufstellen, dass die meisten Vorerwartungen der Zuschauer durch die Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ befriedigt werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass bestimmte Motive und Bedürfnisse hinter der Mediennutzung stehen. Die oben differenzierten Modelle besagen, dass hinter der Medienzuwendung bestimmte Erwartungen stehen, welche durch die Rezeption befriedigt werden sollen. Es zeigt sich, dass die beschriebenen Ansätze sich gut miteinander verknüpfen lassen und als wissenschaftliche Basis verwendet werden.

5.2 Befragung

Um die gewünschten Ziele dieser Arbeit zu erreichen, wurde das methodische Instrument der Online-Befragung gewählt. Diese baut sich auf folgende Fragestellungen auf:

- Wie sieht die Nutzung des Fernsehangebotes von „BTN“ aus?
- Welche Motive haben die Rezipienten, „BTN“ immer wieder anzusehen?
- Welche Erwartungen haben die Zuschauer von der Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ und wie werden diese erfüllt?

Die Befragung wurde im Zeitraum vom 15.September bis zum 31.Oktober 2014 durchgeführt. Sie soll künftig der Wissenschaft und wissenschaftlichen Zwecken dienen. Online-Befragungen werden immer öfter aufgrund der Kostenminimierung eingesetzt. Ein weiterer Vorteil ist die Reichweite. Es werden nicht nur Personen aus unmittelbarer Nähe der Autorin erreicht, sondern in diesem Fall sogar Deutschlandweit.

Der Fragebogen, der die Ziele des beschriebenen Forschungsfeldes dieser Arbeit ermittelt, wurde mithilfe des Dienstleisters www.umfrageonline.com erstellt. Anschließend wurde der Link der Online-Befragung auf „Facebook“ sowie Fan-Seiten von „Berlin Tag und Nacht“ und der Autorin veröffentlicht.

An dieser Stelle soll die Positionierung des Befragungslinks näher erläutert werden.

Es fand eine zweifache Veröffentlichung des Fragebogen-Links auf der Facebookseite der Autorin statt. Ebenfalls wurde der Link auf der Facebookseite der Hochschule Campus M21 gepostet sowie auf der „Berlin Tag und Nacht“ Facebook Fanpage (<https://www.facebook.com/BerlinTN?fref=ts>). Die letzten Facebook-Seiten auf welchen die Umfrage veröffentlicht wurde, sind die Fanseiten bestimmter Darsteller. Diese waren beispielsweise Anne Wünsche (Hanna Schiller), Lutz Schweigel (Joe Möller), Patrick Günther (Marcel Novak), etc. Die Seite <http://www.wunschliste.de/serie/berlin-tag-und-nacht/forum> stellt ein Fan-Forum der „BTN“-Fans dar. Hier wurde der Link direkt mit den internetaktiven Fans geteilt. Zuletzt wurde die Umfrage per E-Mail versendet um Personen zu erreichen, die kein Facebook nutzen. Zudem wurde der Link an die Eltern der Autorin gesendet, die diese an Arbeitskollegen und Freunde weiterleiteten.

Der Umfrage-Link lautete: <https://www.umfrageonline.com/s/a3b769d>.

5.2.1 Fragebogenkonstruktion

Teile der Fragen 7, 10, 11, 16, 18, 19 und 21 wurden dem Fragebogen der ersten Befragungswelle von Grimm zu „Big Brother“ entnommen. Alle anderen Fragen wurden von der Autorin eigens entwickelt. Darunter fallen die persönlichen Daten der Probanden wie Alter, Geschlecht etc. sowie die Fragen 1-6, 8, 9, 12-15, 17 und 20.

Der Fragebogen setzt sich insgesamt aus 21 geschlossenen Fragen und persönlichen Datenangabe des Teilnehmers zusammen. Diese stammen aus drei unterschiedlichen Frage-Typen. Zum einen den Identifikationstyp, desweiteren aus dem Selektionstyp und drittens aus einem Ja-Nein-Typ. Selektionsfragen sind beispielsweise Mehrfachauswahl-Fragen.

Geschlossene Fragen wurden gewählt, da sie eine große Einheitlichkeit der Antworten erbringen und sie erhöhen dadurch die Vergleichbarkeit und vereinfachen die Auswertung für den Forscher. Weiterhin sind sie für die befragten Probanden leichter und schneller zu beantworten.¹⁰⁸

Im Fragebogen werden die bewussten sowie verborgenen Nutzungsgründe für die Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ abgefragt. Durch diese kann ein vollständiges Nutzungsprofil und Nutzerprofil eines durchschnittlichen „Berlin Tag und Nacht“ Rezipienten erstellt werden.

Am Ende dieser Arbeit befindet sich der vollständige Fragebogen.

Nun folgt eine detaillierte Erklärung, der im Rahmen dieser Untersuchung verwendeter Tests.

¹⁰⁸ Vgl. Atteslander, 2008: Seite 139

Die bewussten Nutzungsmotive

Den bewussten Nutzungsmotiven zum Konsum von „Berlin Tag und Nacht“ werden mit Hilfe des Motivkatalogs von Grimm nachgegangen. Im Fragebogen werden 19 verschiedene Motive in Frage 7 auf einer fünfstufigen Skala abgefragt. Hier sollen die Probanden ihren Zustimmungsggrad zu den jeweiligen Motiven bestimmen. Zusätzlich werden die Motive des Außergewöhnlichen und des Alltäglichen abgefragt. Dabei liegt der Fokus auf den Interessen der Rezipienten an alltäglichen Geschehnissen und auf den Motiven, die außergewöhnliche Situationen betreffen.

Für die empirische Untersuchung nimmt das Nutzungsmotiv „Unterhaltung“ eine besondere Stellung ein. Hier gibt der Zuschauer beispielsweise an, dass er „Berlin Tag und Nacht“ rezipiert um gute Laune zu bekommen.

Zusammenfassend werden in der Kategorie der bewussten Nutzungsmotive die Zuwendungsgründe der Neugierde, Orientierung, Erlebniswelt, parasoziale- und soziale Interaktion, Unterhaltung sowie des Gefühlsmanagements, Spiels, Außergewöhnlichen und Alltäglichen untersucht.

Psychosoziale Tests

Die latenten Gründe werden durch Anwendung von psychosozialen Tests ermittelt. Unter diesen werden die Merkmale des „sensation seeking“ und der „Kontrollerwartung“ erhoben. Der Fragebogen enthält einen psychosozialen Test. Die „sensation seeking“-Merkmale werden durch einen stark verkürzten Kurztest von Grimm ermittelt. Dabei werden 8 Items abgefragt und in die theoretischen Grundlagen SST, SSE, SSD, SSB (siehe Punkt 4.3) unterteilt. Die gelb gekennzeichneten Aussagen sind die zum „high sensation seeking“. Es können Werte zwischen 0 und 8 erzielt werden. Durch die Addition der Werte der gewählten Items, erfolgt die Beurteilung. Dabei werden 0 Punkte für eine „low sensation seeking“-Aussage und jeweils 1 Punkt für eine „high sensation seeking“-Aussage vergeben.¹⁰⁹

Ebenfalls nach einem Test nach Grimm wird das Merkmal der „Kontrollerwartung“ ermittelt. Dabei werden die Kontrollerwartung im Alltag und die Kontrollerwartung bei politischen Geschehnissen abgefragt. Die internen Aussagealternativen sind folgend in der Farbe Grün gekennzeichnet. Hier werden ebenfalls die Werte addiert. Den Wert 1 erhält

¹⁰⁹ Vgl. Grimm, 1999: Seite 245

jede interne Antwort. Externe Antworten erhalten den Wert 0. Je höher der addierte Wert ist, desto mehr wird die Person intern kontrolliert. Je niedriger der Wert, desto mehr wird sie extern kontrolliert.¹¹⁰

Frage 21: Jedes Satzpaar beinhaltet zwei Wahlmöglichkeiten; Links und Rechts. Bitte wählen Sie, welcher Satz auf Ihre Ansichten, Wünsche oder Gefühle am meisten zutrifft. Es ist wichtig, alle Satzpaare zu bearbeiten. Es gibt keine richtigen und falschen Antworten. Seien Sie deshalb frei in Ihren Antworten und folgen Sie bitte im Zweifel Ihrem ersten Gefühl.

SSD	Ich liebe ausgelassene Partys.	○	○	Ich bevorzuge ruhige Partys mit guten Gesprächen.
SSB	Mir macht es nichts aus, wenn ich bei Filmen weiß, was als nächstes passiert.	○	○	Ich kann mich nicht an Filmen erfreuen, bei denen ich weiß, was als nächstes passiert.
SSE	Wenn ich Reise, plane ich zuvor meine Route oder den zeitlichen	○	○	Ich Reise, ohne vorher die Route oder den zeitlichen Ablauf festzulegen.
SST	Ich würde gerne einmal Fallschirmspringen.	○	○	Ich würde niemals Fallschirmspringen.
SSB	An jeder Person, mit der ich spreche, finde ich etwas	○	○	Mit langweiligen und trügen Personen habe ich keine Geduld.
KE	Viel Unglück im Leben der Menschen ist auf Pech	○	○	Unglück ist die Folge von Fehlern, die man selbst gemacht hat.
KE	Es wird immer Kriege geben, auch wenn sich die Menschen noch so sehr bemühen, diese zu	○	○	Eine der Hauptgründe, warum es Kriege gibt, ist, dass sich Menschen nicht genug um Politik kümmern.
KE	Die Welt wird von einigen wenigen Mächten beherrscht, der kleine Mann kann nichts daran ändern.	○	○	Auch der Durchschnittsbürger kann Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung nehmen.
SST	Manchmal liebe ich es Dinge zu tun, die einem ein wenig Angst einflößen.	○	○	Eine vernünftige Person, vermeidet Aktivitäten, die gefährlich sind.
SSE	Ich bevorzuge „normale“ Personen als Freunde.	○	○	Ich würde gerne/habe Freunde in Außenseitergruppen wie „Punks“, „Skinheads“ etc.
SSD	Ich liebe es, mich häufig durch Alkohol oder Rauchen in eine gute Stimmung zu versetzen.	○	○	Ich finde, dass mir künstliche Anregungsmittel wie Alkohol oder Rauchen nicht bekommen.

Tabelle 4: Psychosozialer Test

¹¹⁰ Vgl. Grimm, 1999: Seite 275ff

5.2.2 Stichprobenbeschreibung

Die Stichprobe wird auf eine Menge von 67 festgelegt. Hierbei ist es wichtig, vergleichbare und interpretierbare Ergebnisse zu erhalten. Von hoher Wichtigkeit sind die angestrebten Rezeptionsmotive der „Berlin Tag und Nacht“ Zuschauer, für die untersuchende Stichprobe. Somit mussten möglichst viele „Berlin Tag und Nacht“ Rezipienten erreicht werden.

Die Online-Umfrage wurde 67 Mal bis zum Ende ausgefüllt. Somit wurde für die Auswertung die Stichprobe mit $N=67$ definiert. Bei manchen Fragen kann die festgelegte Stichprobe jedoch variieren. Dies liegt dann an technischen Mängeln oder übersprungenen Fragen (Filterfragen) der Teilnehmer. Diese Definition der Stichprobe wurde aufgrund des begrenzten Umfangs dieser Arbeit gewählt.

Deskriptiv-statistisch setzt sich die Stichprobe folgendermaßen zusammen:

$N=67$

70,31% der Stichprobe waren weiblich und 29,69% männlich.

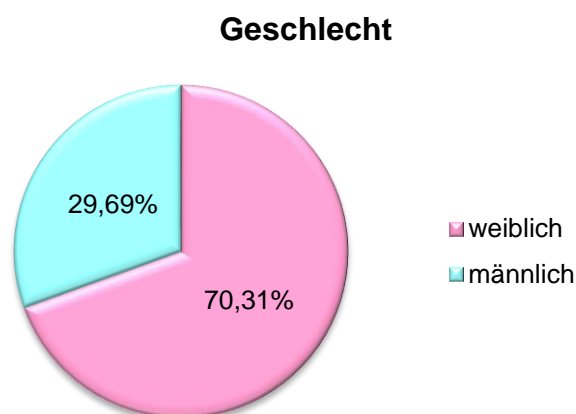


Diagramm 1: Häufigkeitsverteilung nach dem Geschlecht

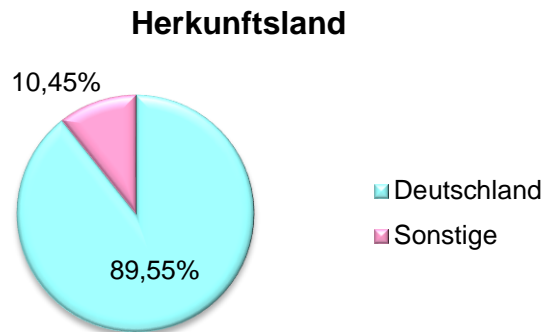


Diagramm 2: Häufigkeitsverteilung nach dem Herkunftsland

89,55% der Befragten gaben als Herkunftsland Deutschland an. 4,48% gaben die Schweiz an und jeweils 1,49% gaben Frankreich, Tschechien, Österreich und Serbien an. Die Stichprobe liegt hier bei N=67.

Das nachfolgende Diagramm befasst sich mit den Altersgruppen der Teilnehmer. N beträgt hier 65. Im Bereich der unter 18-jährigen nahmen 6,15% an der Umfrage teil. Die 18 bis 25 Jährigen sind mit 75,38% vertreten und somit die Altersgruppe, welche am meisten Teilnehmer aufweist. Bei den 26 bis 35 Jährigen liegt der Prozentsatz bei 15,38%. Die Kategorien 36 bis 45 Jahre und 46 bis 55 Jahre sind mit lediglich 1,54% vertreten.

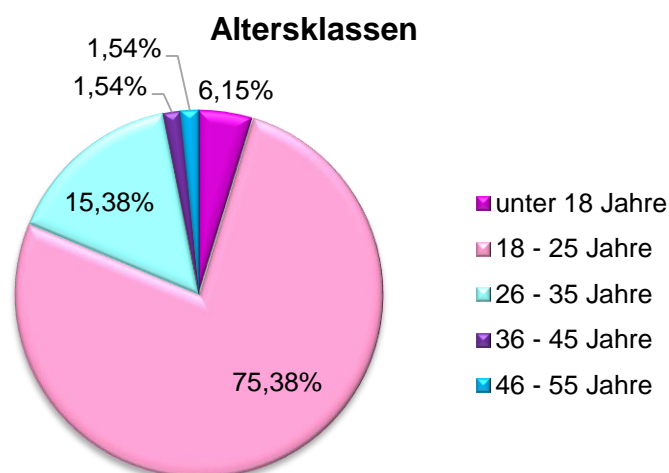


Diagramm 3: Häufigkeitsverteilung nach den Altersklassen

Folgende Tabelle zeigt die Aufteilung der Altersgruppen in das jeweilige Geschlecht. In der Alterskategorie der 18–26 Jährigen sind 35 der befragten Personen weiblich. Ausgeglichen ist es bei den 26–35 Jährigen. Hier nahmen jeweils fünf weibliche und fünf männliche Probanden teil. Die restlichen Altersgruppen bestehen nur aus weiblichen Teilnehmern.

N=64

	Altersklassen					Gesamt
	unter 18	18–25	26–35	36–45	46–55	
weiblich	4	35	5	1	1	46
männlich	0	14	5	0	0	19
Gesamt	4	49	10	1	1	65

Tabelle 5: Kreuztabelle; Geschlecht und Alter

Die zwei größten derzeitigen Beschäftigungen der Probanden sind die Studenten und Berufstätigen mit 32,31% und 35,38%.

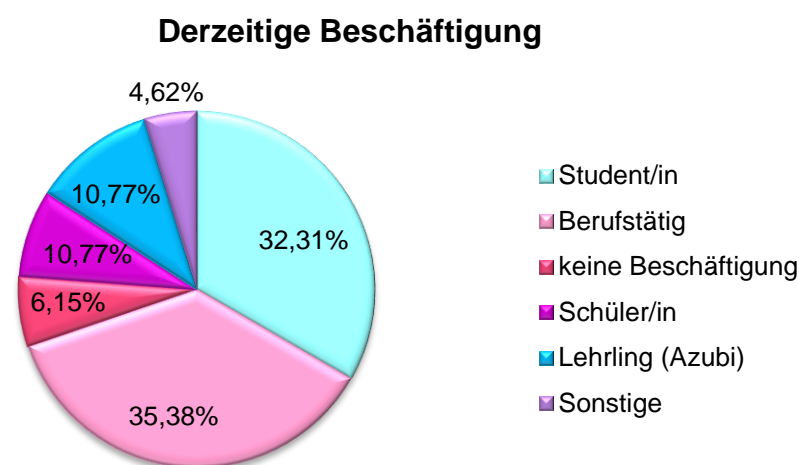


Diagramm 4: Häufigkeitsverteilung nach der derzeitigen Beschäftigung

Die Erkenntnisse zum Bildungsstatus der Teilnehmer zeigt die nächste Darstellung. Als höchsten Bildungsabschluss weisen 25,00% der Teilnehmer einen Realschulabschluss mit Abitur (Fachoberschule) auf. Insgesamt verfügen 57,81% über das Abitur.

Derzeitiger höchster Bildungsabschluss

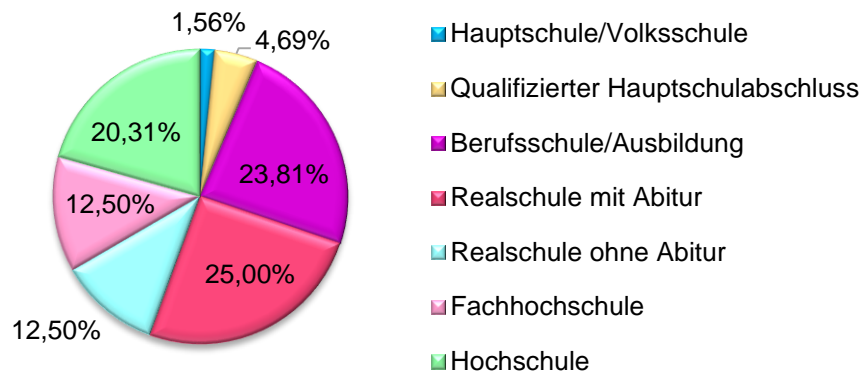


Diagramm 5: Häufigkeitsverteilung nach dem höchsten Bildungsabschluss

Nach den ersten Ergebnissen kann zur Stichprobe festgehalten werden, dass die Mehrheit der Probanden weiblich und deutscher Herkunft sind. Die 18–25 Jährigen haben die meisten Umfragebögen ausgefüllt. Hinsichtlich der derzeitigen Beschäftigungen der Teilnehmer kann gesagt werden, dass über zwei Drittel der Befragten berufstätig oder studierend sind. Zuletzt ist anzumerken, dass die meisten Probanden das Abitur oder einen Hochschulabschluss als höchsten Bildungsabschluss aufweisen.

Bei der Überprüfung der Hypothesen wird die Anzahl der Probanden benötigt, welche „Berlin Tag und Nacht“ viel ansehen. Diese werden als „Vielseher“ bezeichnet. Daher wird folgend die Rezeptionshäufigkeit der Befragten verdeutlicht.

Rezeptionshäufigkeit

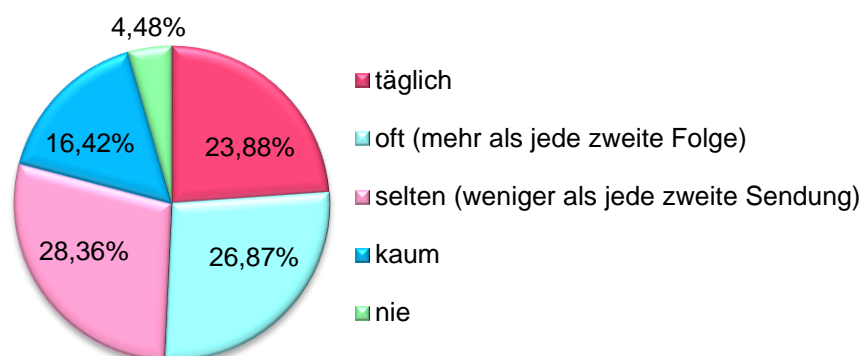


Diagramm 6: Häufigkeitsverteilung nach der Rezeptionshäufigkeit

Bei N=67 sind 34 Teilnehmer Vielseher, welche 50,75% der Probanden ausmachen.

6 Auswertung und Interpretation der Ergebnisse

Dieses Kapitel setzt sich mit der Auswertung und Interpretation der Ergebnisse der Ergebnisse, der 21 geschlossenen Fragen des Fragebogens auseinander. Jede Frage wird einzeln behandelt, da sie für das Überprüfen der Hypothesen und der Beantwortung der Forschungsfragen von großer Bedeutung sind. Wie im vorherigen Kapitel bereits thematisiert wurde, weichen die Stichprobengrößen voneinander ab.

Die wissenschaftliche Untersuchung bezieht sich hauptsächlich auf die Motive, Erwartungen wie auch die Zuwendungsgründe „Berlin Tag und Nacht“ zu rezipieren. Die Motivkataloge gelten als Fundament für die empirische Untersuchung, bieten für diese den notwendigen Rahmen und geben die Beweggründe der Mediennutzung vor. In der Untersuchung kommen die bereits erklärten psychosozialen Theorien ebenfalls zum Tragen.

Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgt mit Hilfe des Internetdienstes www.umfrageonline.com.

6.1 Verifikation und Falsifikation der Hypothesen

Hypothesen werden nachfolgend durch Häufigkeitsverteilungen und mittels Korrelationsanalysen bestätigt oder nicht bestätigt. Anschließend folgen weitere Erkenntnisse, welche aus der Untersuchung resultieren.

$$r_{xy} := \frac{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \cdot \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

Formel 1: Korrelationskoeffizient

Sämtliche Rechnungswege sind im Anhang zu finden.

Hypothese 1

Einer der wichtigsten Zuwendungsgründe an „Berlin Tag und Nacht“ ist die Neugierde, auch kognitive Stimulation genannt.

Um die kognitive Stimulation zu überprüfen, werden in der Online-Umfrage die Zuwendungsgründe in einer Skala von eins bis fünf abgefragt. Dabei zählen die Items 5, 7 und 14 zu den Motiven der Neugierde.

„Ich schaue mir „Berlin Tag und Nacht“ an, ...

- 5) ...da es um Gefühle geht, die jeder kennt.
- 7) ...da ich mich über einzelne Charaktere so schön aufregen kann.
- 14) ...da ich reale Orte von Berlin sehe.

Durch die bereits bestehenden theoretischen Erkenntnisse wird erkannt, dass die Neugier einen hohen Stellenwert bei den Rezipienten einnimmt. Nun wird überprüft, ob das Motiv der kognitiven Stimulation präferiert wird. Dabei wird der Zusammenhang, des Ergebnisses mit den „Berlin Tag und Nacht“-Vielsehern, mithilfe des Korrelationskoeffizienten r berechnet.

$$\bar{x} = \bar{x}_{\text{arithm}} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

Formel 2: Arithmetisches Mittel

„Ich schaue mir „Berlin Tag und Nacht“ an, ...							
	Trifft voll zu	Trifft zu	Trifft manchmal zu	Trifft kaum zu	Trifft gar nicht zu	Stichprobe N	Ø
...da es um Gefühle geht, die jeder kennt.	9x 13,85%	16x 24,62%	15x 23,08%	12x 18,46%	13x 20,00%	65	3,06
...da ich mich über einzelne Charaktere so schön aufregen	9x 13,85%	22x 33,85%	13x 20,00%	10x 15,38%	11x 16,92%	65	2,88
...da ich reale Orte von Berlin sehe.	11x 16,92%	8x 12,31%	15x 23,08%	12x 18,46%	19x 29,23%	65	3,31

Tabelle 6: Zuwendungsgründe der Neugierde

Ein wichtiger Zuwendungsgrund in Bezug auf die Neugier ist für die Teilnehmer „...da ich mich über einzelne Charaktere so schön aufregen kann“. Dies trifft auf 31 Probanden bei $N=65$ zu. Auf weitere 13 Teilnehmer trifft dies manchmal zu. Dieses Ergebnis steht bei einem Wert von $r=0,79$ in einem hohen Zusammenhang mit den „BTN“-Vielsehern. Die Zuwendungsgründe „...da es um Gefühle geht, die jeder kennt“ und „...da ich reale Orte von Berlin sehe“ weisen einen Mittelwert von knapp über 3 auf. Dies zeigt, dass die Gründe für die Hälfte der Teilnehmer von Wichtigkeit und für die andere Hälfte nicht so wichtig sind. Einen mittleren Zusammenhang hat dabei „...da es um Gefühle geht, die jeder kennt“ mit $r=0,57$. Das Motiv „...da ich reale Orte von Berlin sehe“ weist dabei einen vollständigen Zusammenhang durch $r=0,93$ mit den Rezipienten auf, die das Format häufig ansehen.

In einer weiteren Frage werden die Motive der kognitiven Stimulation mit folgenden Items abgefragt.

- 1) Wissen zu wollen, wie es weiter geht
- 8) Flucht aus dem Alltag

	Sehr wichtig	Wichtig	Neutral	Eher unwichtig	unwichtig	Stichprobe N	Ø
Wissen zu wollen, wie es weiter geht.	18x 26,87%	28x 41,79%	13x 19,40%	3x 4,48%	5x 7,46%	67	2,24
Flucht aus dem Alltag.	14x 21,21%	15x 22,73%	14x 21,21%	11x 16,67%	12x 18,18%	66	2,88

Tabelle 7: Rezeptionsgründe der Neugierde

Der am häufigsten gewählte Rezeptionsgrund zur Neugierde ist mit 2,24Ø „Wissen zu wollen, wie es weiter geht“. Bei $N=67$ haben 46 Probanden angegeben, dass ihnen dieser Grund wichtig bis sehr wichtig ist. Somit kann bestätigt werden, dass dieses Item für die „BTN“ Rezipienten von hoher Bedeutung ist. Dies ist vor allem bei den Vielsehern mit dem Wert $r=0,76$ zu erkennen. „Flucht aus dem Alltag“ ist für 29 Probanden wichtig bis sehr wichtig und zeigt bei $N=66$ ein Arithmetisches Mittel von 2,88 auf. Dabei besagt der Korrelationskoeffizient $r=0,35$, dass dieses Ergebnis nicht von der Rezeptionshäufigkeit der Probanden abhängig ist.

Die Ergebnisse zeigen allesamt, dass das Erwartungsmotiv der „kognitiven Stimulation“ einen hohen Stellenwert bei den Probanden einnimmt. Dieser Stellenwert ist jedoch auch von der Rezeptionshäufigkeit abhängig. Die erste Hypothese kann somit verifiziert werden.

Hypothese 2

"Berlin Tag und Nacht" wird rezipiert um sich mit Charakteren zu identifizieren.

In Frage 7 der Umfrage wird durch die Items 8, 11 und 15 der Zuwendungsgrund „Identifikation“ abgefragt. In einer Skala von eins bis fünf geben die Teilnehmer ihren Zustimmungsggrad an.

„Ich schaue mir „Berlin Tag und Nacht“ an, ...

- 8) ...um mich selbst und meine Gefühle auszuprobieren
- 11) ...da ich mich mit einem Charakter identifiziere
- 15) ...um mich mit anderen zu vergleichen

„Ich schaue mir „Berlin Tag und Nacht“ an, ...							
	Trifft voll zu	Trifft zu	Trifft manchmal zu	Trifft kaum zu	Trifft gar nicht zu	Stichprobe N	Ø
...um mich selbst und meine Gefühle auszuprobieren.	1x 1,54%	4x 6,15%	5x 7,69%	14x 21,54%	41x 63,08%	65	4,38
...da ich mich mit einem Charakter identifiziere.	5x 7,69%	1x 1,54%	6x 9,23%	13x 20,00%	40x 61,54%	65	4,26
...um mich mit anderen zu vergleichen.	1x 1,56%	5x 7,81%	3x 4,69%	13x 20,31%	42x 65,63%	64	4,41

Tabelle 8: Zuwendungsgründe der Identifikation

Alle drei Aussagen wurden mit einem Durchschnitt von ca. 4,40 bewertet. Dies zeigt, dass die Identifikation nicht als ausschlaggebendes Motiv zur Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ beiträgt. Dies ist auch durch die Werte von $r=1$, $r=0,97$ und $r=1$ zu erkennen. Somit hängt das Ergebnis nicht von der Rezeptionshäufigkeit ab.

In der 6. Frage des Fragebogens wird das Motiv der Identifikation mit folgenden Items abgefragt.

- 9) Orientierung
- 11) Identifikation

	Sehr wichtig	Wichtig	Neutral	Eher unwichtig	unwichtig	Stichprobe N	Ø
Orientierung	4x 6,06%	6x 9,09%	16x 24,24%	13x 19,70%	27x 40,91%	66	3,80
Identifikation	5x 7,69%	7x 10,77%	12x 18,46%	8x 12,31%	33x 50,77%	65	3,88

Tabelle 9: Rezeptionsgründe der Identifikation

Der am häufigsten gewählte Rezeptionsgrund zur Identifikation ist mit 3,80Ø die Orientierung. Bei N=66 haben gerade einmal 10 Probanden angegeben, dass ihnen dieser Grund wichtig bis sehr wichtig ist. Der Korrelationskoeffizient von $r=0,78$ besagt einen hohen Zusammenhang bei der Orientierung und $r=51$ zeigt einen mittleren Zusammenhang bei der Identifikation durch die „BTN“-Vielseher.

Die Ergebnisse zeigen allesamt, dass das Erwartungsmotiv der Identifikation einen sehr niedrigen Stellenwert bei den Probanden einnimmt. Dieser Stellenwert ist nicht von der Rezeptionshäufigkeit abhängig. Die Hypothese „Berlin Tag und Nacht wird rezipiert um sich mit Charakteren zu identifizieren“ kann somit falsifiziert werden.

Hypothese 3

Zuschauer erwarten von der Rezeption von "BTN", unterhalten zu werden.

Nachfolgend wird nun geprüft, ob das Motiv „Unterhaltung“ bestätigt werden kann. Für die Erhebung beurteilen die Probanden wieder auf einer Skala von eins (sehr wichtig) bis fünf (unwichtig). Die befragten Items werden in der Frage 6 und 7 des Fragebogens gefunden.

Frage 6:

- 6) Unterhaltung und Entspannung
- 7) Ablenkung

	Sehr wichtig	Wichtig	Neutral	Eher unwichtig	unwichtig	Stichprobe N	Ø
Unterhaltung und Entspannung	16x 24,62%	20x 30,77%	21x 32,31%	3x 4,62%	5x 7,69%	65	2,40
Ablenkung	16x 24,62%	24x 36,92%	16x 24,62%	3x 4,62%	6x 9,23%	65	2,37

Tabelle 10: Rezeptionsgründe der Unterhaltung

Hier beruht der Wert im vollständigen Zusammenhang mit den Vielsehern bei $r=0,87$ und $r=0,97$. Für 36 Personen ist die Unterhaltung sowie Entspannung und für 40 Personen die Ablenkung sehr wichtig bis wichtig. Bei insgesamt 65 Antworten wird die Wichtigkeit der Unterhaltung bestätigt.

Frage 7:

- 1) ...um gute Laune zu bekommen, denn es erzeugt eine positive Stimmung.
- 3) ...um mich zu unterhalten.
- 8) ...weil ich etwas spannendes erleben möchte.

„Ich schaue mir „Berlin Tag und Nacht“ an, ...							
	Trifft voll zu	Trifft zu	Trifft manchmal zu	Trifft kaum zu	Trifft gar nicht zu	Stichprobe N	Ø
...um gute Laune zu bekommen, denn es erzeugt eine positive Stimmung.	9x 13,64%	15x 22,73%	21x 31,82%	11x 16,67%	10x 15,15%	66	2,97
...um mich zu unterhalten.	26x 39,39%	22x 33,33%	12x 18,18%	1x 1,52%	5x 7,58%	66	2,05
...weil ich etwas spannendes erleben möchte.	4x 6,06%	4x 6,06%	12x 18,18%	14x 21,21%	32x 48,48%	66	4,00

Tabelle 11: Zuwendungsgründe der Unterhaltung

Das Item „...weil ich etwas spannendes erleben möchte“ ist für die Probanden bei einem Durchschnittswert von 4,00 nicht wichtig. Jedoch kann gesagt werden, dass dieses Item für BTN-Vielseher wichtiger ist. Dies bewies der niedrige Korrelationskoeffizient von $r=0,32$. Die Aussage „Ich schaue mir „BTN“ an, um gute Laune zu bekommen, denn es erzeugt eine positive Stimmung“ weist einen Durchschnitt von 2,97 bei 66 Probanden auf und ist somit für die Rezeption von mittlerer Bedeutung. Dies gilt sowohl für die Vielseher als auch für die Wenigseher. Die meisten Probanden gaben an, dass sie „BTN“ rezipieren, um sich zu unterhalten. Bei $r=0,93$ trifft das auf Viel- und Wenigseher zu. Diese Aussage erhielt einen Durchschnitt von 2,05.

Das Motiv Unterhaltung ist von hoher Wichtigkeit um „Berlin Tag und Nacht“ zu rezipieren. Die Hypothese 3 wird somit verifiziert.

Hypothese 4

Die Zuschauererwartungen werden durch die Rezeption von „BTN“ befriedigt.

Hier wird überprüft ob die Erwartungen der Rezipienten von „Berlin Tag und Nacht“ durch die tatsächliche Rezeption befriedigt werden? Hierfür werden die Probanden beispielsweise gefragt, ob „BTN“ sie tatsächlich unterhalten hat. Dazu wurden folgende Items ebenfalls auf einer eins (trifft voll zu) bis fünf (trifft gar nicht zu) Skala bewertet.

- 1) Die Sendung hat mich gut unterhalten.
- 3) Ich habe die Erfahrung gemacht, wie ich besser mit Gefühlen und Problem umgehen kann.
- 4) Durch die Sendung habe ich etwas Spannendes erlebt und gesehen.
- 5) Durch die Sendung konnte ich abschalten.
- 7) Durch das Ansehen von „Berlin Tag und Nacht“ wurde ich in eine gute Stimmung versetzt.
- 9) Ich habe mich über die Dummheit mancher Charaktere amüsiert.
- 10) Die Sendung gab mir die Möglichkeit, mich mit anderen Personen zu vergleichen.
- 11) Ich habe gemerkt das es bei „Berlin Tag und Nacht“ um Gefühle geht, die jeder kennt.

	Sehr wichtig	Wichtig	Neutral	Eher unwichtig	unwichtig	Stichprobe N	Ø
Die Sendung hat mich gut unterhalten.	24x 36,92%	23x 35,38%	14x 21,54%	2x 3,08%	2x 3,08%	65	2,00
Ich habe die Erfahrung gemacht, ...	4x 6,15%	1x 1,54%	9x 13,85%	10x 15,38%	41x 63,08%	65	4,28
Durch die Sendung habe ich etwas ...	5x 7,69%	7x 10,77%	15x 23,08%	12x 18,46%	26x 40,00%	65	3,72
Durch die Sendung konnte ich abschalten.	20x 30,77%	20x 30,77%	15x 23,08%	4x 6,15%	6x 9,23%	65	2,32

Durch das An- sehen von „BTN“ wurde ich ...	14x 21,54%	12x 18,46%	21x 32,31%	9x 13,85%	9x 15,85%	65	2,80
Ich habe mich über die Dummheit mancher ...	25x 38,46%	26x 40,00%	9x 13,85%	1x 1,54%	4x 6,15%	65	1,97
Die Sendung gab mir die Möglichkeit, ...	3x 4,62%	7x 10,77%	9x 13,85%	13x 20,00%	33x 50,77%	65	4,02
Ich habe ge- merkt, dass es bei „BTN“ ...	10x 15,38%	18x 27,69%	16x 24,62%	4x 6,15%	17x 26,15	65	3,00

Tabelle 12: Befriedigung der Zuschauererwartungen

Es kann eindeutig gesagt werden, dass die Sendung die Rezipienten gut unterhalten hat, die Zuschauer sich über die Dummheit mancher Charaktere amüsiert haben und sie durch das Format abschalten konnten (2,00Ø, 1,97Ø und 2,32 Ø). Teilweise wurden die Befragten in eine gute Stimmung versetzt und haben gemerkt, dass es bei „Berlin Tag und Nacht“ um Gefühle geht, die jeder kennt (2,80Ø und 3,00Ø). Nach der Überprüfung des Zusammenhangs dieser Werte mit den Antworten der Vielsehern, wird erkannt, dass sie durch $r=0,72$ und $r=0,88$ zusammenhängen und somit das Ergebnis unabhängig der Rezeptionshäufigkeit ist. Die Zuwendungsmotive „Durch die Sendung habe ich etwas Spannendes erlebt und gesehen“, „die Sendung gab mir die Möglichkeit, mich mit anderen Personen zu vergleichen“ und „ich habe die Erfahrung gemacht, wie ich besser mit Gefühlen und Probleme umgehen kann“ werden nicht befriedigt. Die Durchschnittswerte von 3,72, 4,02 und 4,28 zeigen dies auf.

Somit kann Hypothese vier verifiziert jedoch auch teilweise falsifiziert werden.

Frage 18: Bietet Ihrer Ansicht nach „Berlin Tag und Nacht“ genügend Abwechslung oder sollte mehr „Action“ geboten werden?

- „Berlin Tag und Nacht“ bietet genügend Abwechslung.
- „Berlin Tag und Nacht“ enthält zu viel Abwechslung.
- „Berlin Tag und Nacht“ enthält Situationen, da würde Action und Sex nur stören.
- „Berlin Tag und Nacht“ sollte mehr Konflikte enthalten.
- „Berlin Tag und Nacht“ sollte mehr körperliche Auseinandersetzungen enthalten.
- „Berlin Tag und Nacht“ sollte mehr Sexszenen enthalten.
- Richtige Gefühlsausbrüche sind zu selten.

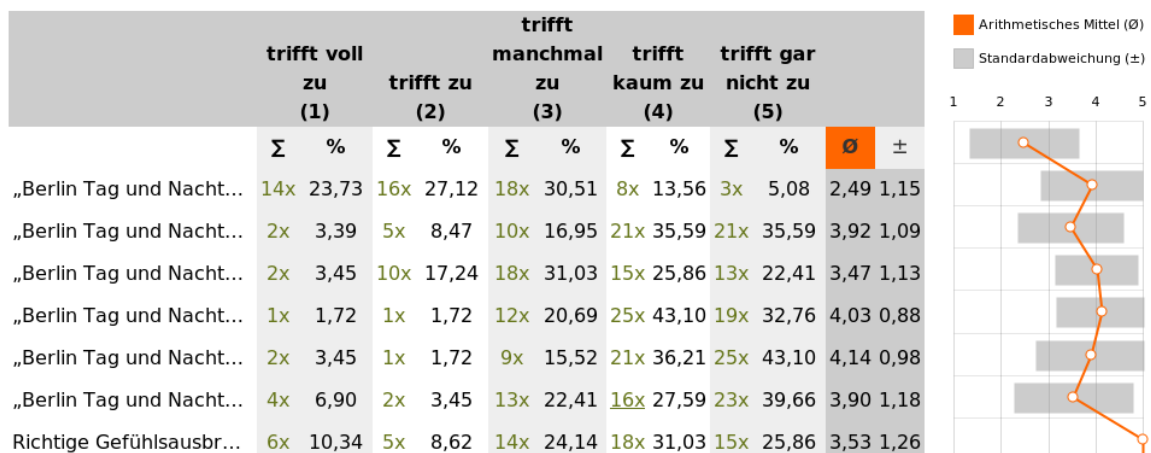


Tabelle 13: Bietet „BTN“ genügend Abwechslung?

Es lässt sich festhalten, dass für die meisten Probanden „Berlin Tag und Nacht“ genügend Abwechslung bietet. Dies trifft bei N=59 für 30 Personen zu bzw. voll zu und für weitere 18 Probanden trifft dies manchmal zu.

6.2 Beantwortungen der Forschungsfragen

Hier werden die Forschungsfragen anhand der vorliegenden Ergebnisse dieser Untersuchung beantwortet.

Forschungsfrage 1

Was bewegt den Rezipienten zum Einschalten von „Berlin Tag und Nacht“?

Hinsichtlich der Zuwendungsgründe, die aus der Untersuchung hervorgehen sind bei der kognitiven Stimulation die drei am häufigsten gewählten Gründe „Wissen zu wollen wie es weiter geht“, „Flucht aus dem Alltag“ und „da sich über einzelne Charaktere so schön aufgeregt werden kann“. Dabei spielt die Identifikation mit beispielsweise den Charakteren keine große Rolle. Der Grund Orientierung wird wenn überhaupt, nur von Vielsehern genannt.

Forschungsfrage 2

Welche Erwartungen hat der Rezipient von "BTN"?

Aus vorliegender Untersuchung resultiert, dass neben dem Motiv der Unterhaltung auch die Erwartung „Entspannung und Ablenkung“ ein Grund ist, warum sich Zuschauer dem Format „Berlin Tag und Nacht“ zuwenden. Die Ergebnisse zeigen, dass die Erwartung „in eine positive Stimmung versetzt zu werden“ von mittlerer Bedeutung ist. Das heißt ca. die Hälfte der Probanden haben diese Erwartung von der Sendung.

Forschungsfrage 3

Werden die Erwartungen durch die Rezeption von "BTN" befriedigt?

Im Zuge der Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ wurden die Zuschauer unterhalten. Auch die Erwartung „Entspannung und Ablenkung“ wurde durch die tatsächliche Rezeption befriedigt. Weiter kann eindeutig gesagt werden, dass sich die Zuschauer über die Dummheit der Charaktere amüsiert haben und durch die Rezeption abschalten konnten. Die Gründe „in eine gute Stimmung versetzt zu werden“ und „zu erkennen, dass es um Gefühle geht die jeder kennt“ werden für einen Teil der Rezipienten befriedigt.

6.3 Weitere Fragen

Die zusätzlich gewonnenen relevanten Erkenntnisse, die aus der Untersuchung hervorgehen werden in folgendem Abschnitt dargestellt.

Frage 2: Wie oft nutzen Sie das Internet-Angebot von „Berlin Tag und Nacht“. (Um sich die verpassten Folgen anzusehen, sich über die Charaktere zu informieren, etc.). N=67

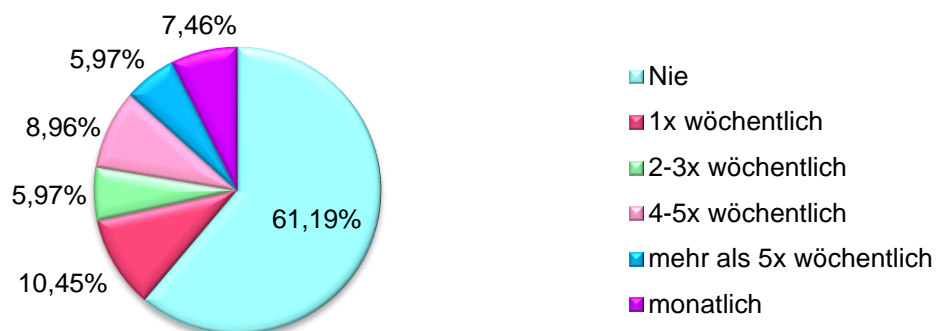


Diagramm 7: Nutzung des Internetangebots

Gerade einmal 38,81% der Teilnehmer nutzen das Internet-Angebot von „Berlin Tag und Nacht“.

Frage 3: Welche Teile des „Berlin Tag und Nacht“ Online-Angebotes nutzen Sie? N=49

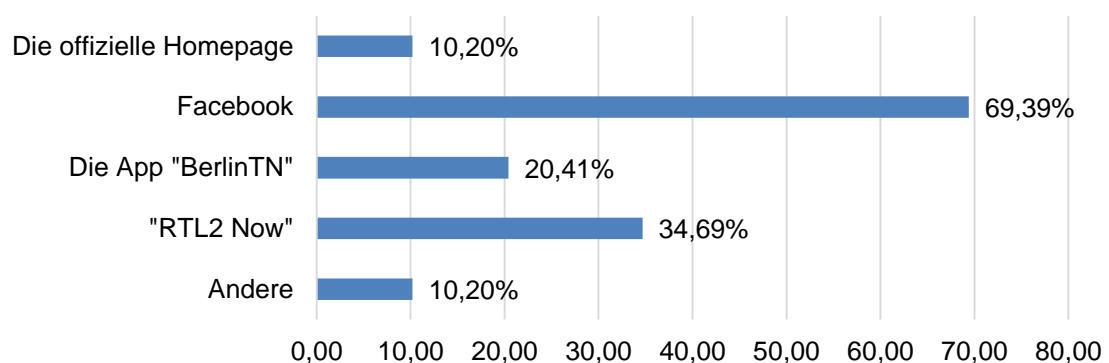


Diagramm 8: Online-Angebote

Am meisten wird mit 69,39% das Online-Angebot Facebook von den Probanden genutzt. Mit 34,69% folgt die „RTL2 Now“ Seite. Die App „BerlinTN“ verwenden bereits 20,41%, wobei die offizielle Homepage mit 10,20% zurück liegt.

Frage 4: Bezeichnen Sie sich eher als „Fan“, „Gegner“ oder „neutral eingestellt“ gegenüber „Berlin Tag und Nacht“? N=66

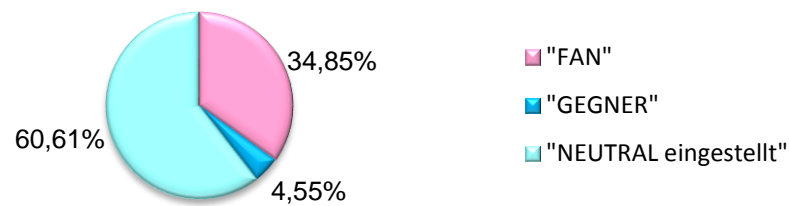


Diagramm 9: Fan, Gegner oder Neutral eingestellt

Die deutliche Mehrheit von 60,61% gab an, dass sie zu „Berlin Tag und Nacht“ neutral eingestellt sind. Dennoch bezeichnen sich 34,85% der Teilnehmer als „Berlin Tag und Nacht“-Fans und nur 4,55% der Probanden sind Gegner der Sendung.

Frage 5: Wie gefallen Ihnen die aktuellen Charaktere? N=67

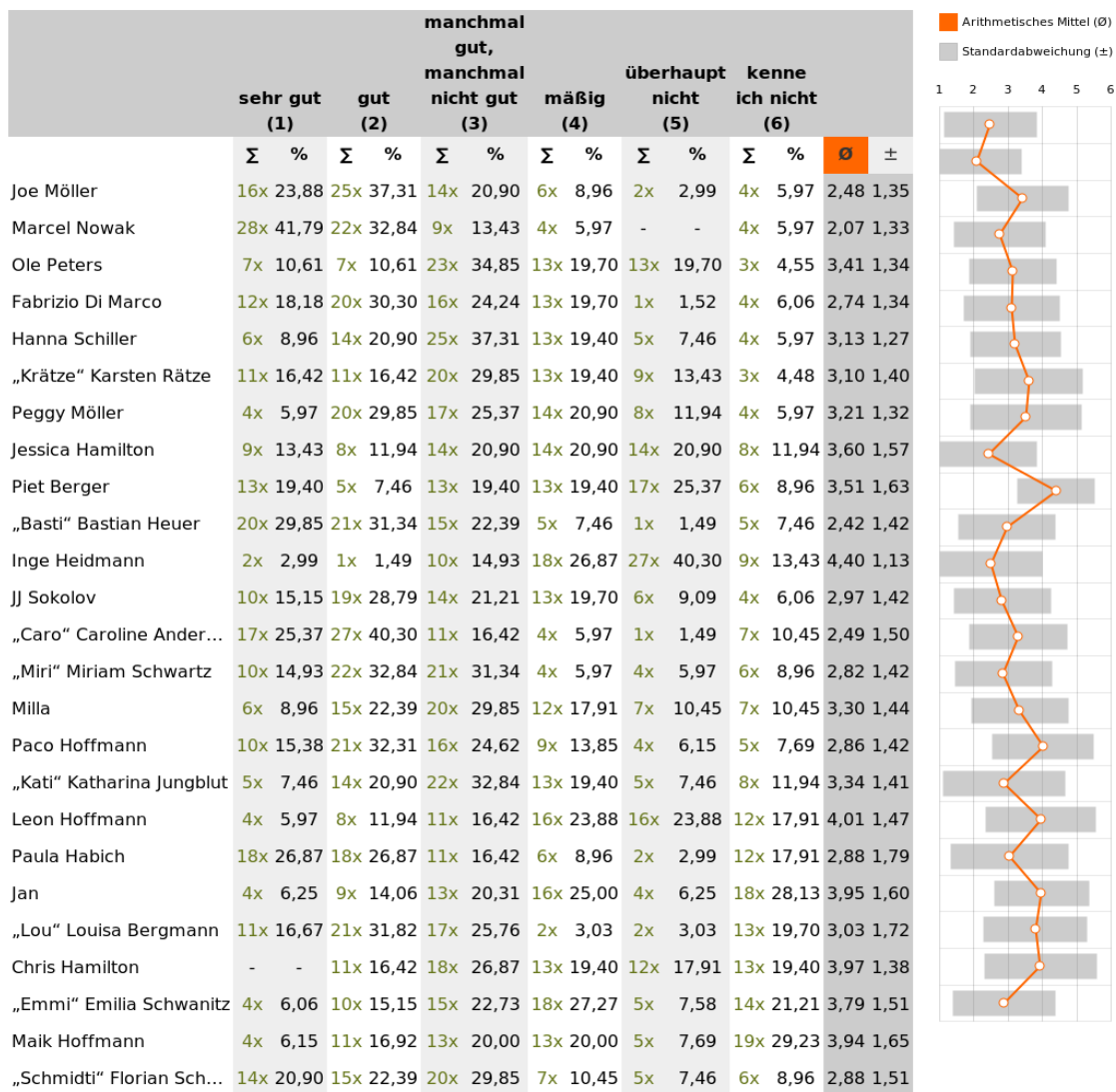


Tabelle 14: Beliebtheit aktueller Charaktere

Es lässt sich erkennen, dass die beliebtesten Charaktere der Befragten Joe, Marcel, Fabrizio, Basti, JJ, Caro, Miri, Paco, Paula und Schmidt sind.

Frage 9: Wenn Sie „Berlin Tag und Nacht“ sehen, wie sehen Sie es sich am meisten an? N=66

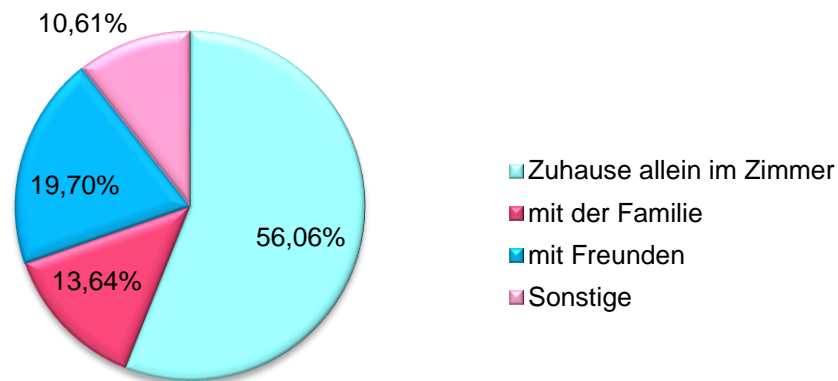


Diagramm 10: Sehgewohnheiten

Über die Hälfte der Probanden rezipieren „Berlin Tag und Nacht“, Zuhause allein im Zimmer. Mit der Familie und mit Freunden sehen sich 13,64% und 19,70% das Format an.

Frage 10: Bei welcher Gelegenheit sehen Sie sich „Berlin Tag und Nacht“ an? N=65

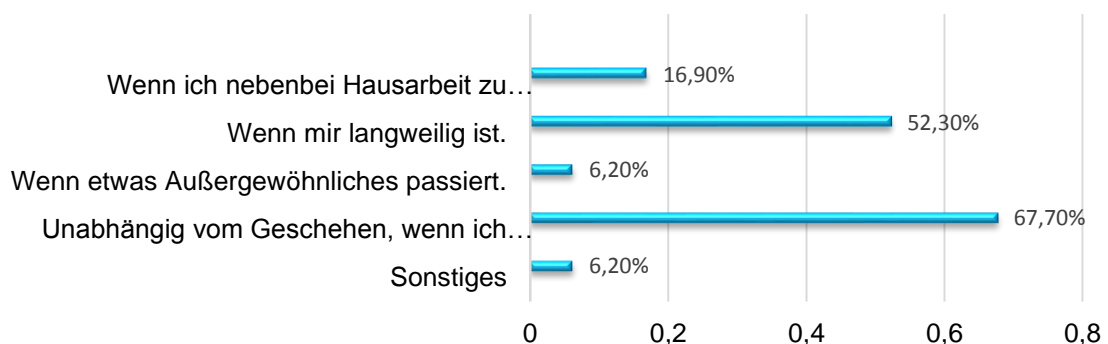


Diagramm 11: Wann wird „BTN“ rezipiert?

Die meisten Teilnehmer rezipieren die Sendung unabhängig vom Geschehen, wenn sie Zeit haben oder wenn ihnen langweilig ist. 16,90% sehen sich „Berlin Tag und Nacht“ während der Hausarbeit und 6,20% wenn etwas Außergewöhnliches passiert, an.

Frage 11: Spiegelt Ihrer Ansicht nach „Berlin Tag und Nacht“ das „wahre Leben“ wieder oder ist alles nur künstlich und gestellt? N=65

- 1) „BTN“ bietet eine Illusion von Wirklichkeit, wie ein Spielfilm.
- 2) „BTN“ enthält „wahre Momente“ und ist deshalb weniger künstlich als ein Spielfilm.
- 3) „BTN“ ist künstlicher als ein Spielfilm, da man den Betrug nicht so leicht merkt.
- 4) Auch wenn „BTN“ gespielt und gestellt ist, bricht doch immer wieder Authentisches durch.
- 5) „BTN“ spiegelt das wahre Leben wieder.

	trifft voll zu (1)		trifft zu (2)		trifft manchmal zu (3)		trifft kaum zu (4)		trifft gar nicht zu (5)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
„Berlin Tag und Nacht...	6x	9,09	16x	24,24	25x	37,88	11x	16,67	8x	12,12	2,98	1,13
„Berlin Tag und Nacht...	11x	16,92	23x	35,38	18x	27,69	7x	10,77	6x	9,23	2,60	1,17
„Berlin Tag und Nacht...	3x	4,62	8x	12,31	17x	26,15	22x	33,85	15x	23,08	3,58	1,12
Auch wenn „Berlin Tag...	13x	20,00	17x	26,15	22x	33,85	5x	7,69	8x	12,31	2,66	1,24
"Berlin Tag und Nacht"...	5x	7,69	9x	13,85	18x	27,69	13x	20,00	20x	30,77	3,52	1,28

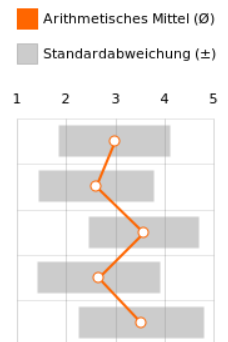


Tabelle 15: Ist „BTN“ gestellt oder das wahre Leben?

Im Durchschnitt enthält „Berlin Tag und Nacht“ für die meisten Probanden „wahre Momente“ und ist deshalb weniger künstlich als ein Spielfilm.

Frage 16: Wie viel Zeit verbringen Sie damit, über „Berlin Tag und Nacht“ zu sprechen? N=63

	sehr oft (täglich) (1)		oft (2)		manchmal (3)		selten (4)		nie (5)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
mit Freunden	1x	1,56	4x	6,25	13x	20,31	24x	37,50	22x	34,38	3,97	0,98
mit/In der Familie	2x	3,13	3x	4,69	4x	6,25	11x	17,19	44x	68,75	4,44	1,02
mit dem Lebenspartner	-	-	5x	7,94	9x	14,29	12x	19,05	37x	58,73	4,29	0,99
mit Arbeitskollegen/Mit...	1x	1,56	4x	6,25	5x	7,81	11x	17,19	43x	67,19	4,42	0,99
mit Fremden	1x	1,56	-	-	1x	1,56	6x	9,38	56x	87,50	4,81	0,61

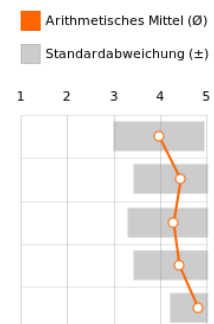


Tabelle 16: Über „BTN“ sprechen

Die Tabelle lässt erkennen, dass die Teilnehmer unabhängig der gegenüberstehenden Personen selten bis gar nicht über das Format sprechen.

Frage 17: Worüber genau reden Sie mit anderen in Bezug auf „Berlin Tag und Nacht“?
N=51

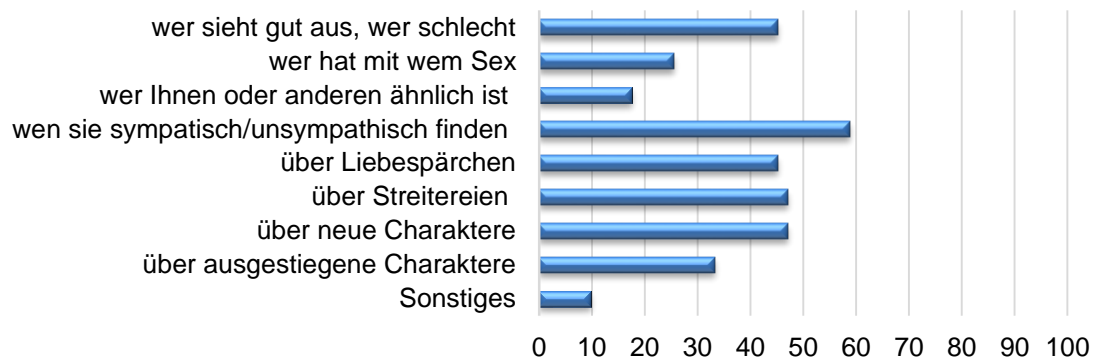


Diagramm 12: Gesprächsthemen über „BTN“

Wenn die Befragten über die Serie sprechen, sprechen sie größtenteils über das Aussehen der Charaktere, über Sympathien den Charakteren gegenüber sowie über Liebespärchen, Streitereien und neuen Charakteren.

Frage 19: Welche Gruppen bzw. Charaktere sind für Sie bei „Berlin Tag und Nacht“ wichtig? N=60

	sehr wichtig (1)		wichtig (2)		neutral (3)		eher unwichtig (4)		unwichtig (5)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Singles	11x	18,64	24x	40,68	18x	30,51	2x	3,39	4x	6,78	2,39	1,05
Verheiratete	2x	3,45	15x	25,86	21x	36,21	11x	18,97	9x	15,52	3,17	1,09
Kinder (unter 10)	1x	1,89	2x	3,77	12x	22,64	18x	33,96	20x	37,74	4,02	0,97
Ausgeflippte Typen	13x	22,41	21x	36,21	18x	31,03	2x	3,45	4x	6,90	2,36	1,09
Attraktive Menschen	16x	27,59	24x	41,38	15x	25,86	1x	1,72	2x	3,45	2,12	0,96
Durchschnittsmenschen	8x	13,79	23x	39,66	19x	32,76	5x	8,62	3x	5,17	2,52	1,01
Reiche Personen	3x	5,17	14x	24,14	17x	29,31	14x	24,14	10x	17,24	3,24	1,16
Gebildete Personen (A...	7x	12,28	12x	21,05	19x	33,33	11x	19,30	8x	14,04	3,02	1,22
Arme und Arbeitslose	3x	5,26	10x	17,54	19x	33,33	15x	26,32	10x	17,54	3,33	1,12
Personen unter 30	10x	17,54	26x	45,61	15x	26,32	3x	5,26	3x	5,26	2,35	1,01
Personen mittleren Alt...	6x	10,53	9x	15,79	23x	40,35	10x	17,54	9x	15,79	3,12	1,18
Ältere Personen (ab 6...	1x	1,75	1x	1,75	16x	28,07	17x	29,82	22x	38,60	4,02	0,95
Prominente	4x	7,02	5x	8,77	14x	24,56	10x	17,54	24x	42,11	3,79	1,28

Arithmetisches Mittel (Ø)
Standardabweichung (±)

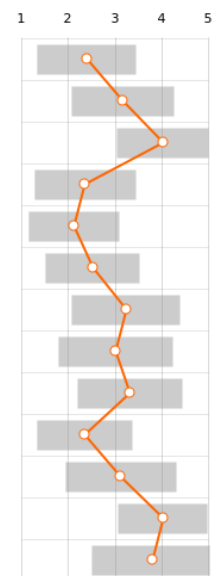


Tabelle 17: Wichtige Personen und Gruppen

Singles, ausgeflippte Typen, attraktive Menschen, Durchschnittspersonen und Personen unter 30 werden am liebsten von den Probanden bei „BTN“ gesehen. Am wenigsten wollen sie Kinder unter 10 und ältere Personen über 60 sehen.

Frage 21: Jedes Satzpaar beinhaltet zwei Wahlmöglichkeiten; Links und Rechts. Bitte wählen Sie, welcher Satz auf Ihre Ansichten, Wünsche oder Gefühle am meisten zutrifft. Es ist wichtig, alle Satzpaare zu bearbeiten. Es gibt keine richtigen und falschen Antworten. Seien Sie deshalb frei in Ihren Antworten und folgen Sie bitte im Zweifel Ihrem ersten Gefühl.

Ich liebe ausgelassene Partys.	41x	20x	Ich bevorzuge ruhige Partys mit guten Gesprächen.
Mir macht es nichts aus, wenn ich bei Filmen weiß, was als nächstes passiert.	34x	27x	Ich kann mich nicht an Filmen erfreuen, bei denen ich weiß, was als nächstes passiert.
Wenn ich Reise, plane ich zuvor meine Route oder den zeitlichen Ablauf.	39x	22x	Ich Reise, ohne vorher die Route oder den zeitlichen Ablauf festzulegen.
Ich würde gerne einmal Fallschirmspringen.	35x	26x	Ich würde niemals Fallschirmspringen.
An jeder Person, mit der ich spreche, finde ich etwas Interessantes.	30x	31x	Mit langweiligen und trägen Personen habe ich keine Geduld.
Viel Unglück im Leben der Menschen ist auf Pech zurückzuführen.	26x	35x	Unglück ist die Folge von Fehlern, die man selbst gemacht hat.
Es wird immer Kriege geben, auch wenn sich die Menschen noch so sehr bemühen, diese zu verhindern.	44x	16x	Eine der Hauptgründe, warum es Kriege gibt, ist, dass sich Menschen nicht genug um Politik kümmern.
Die Welt wird von einigen wenigen Mächten beherrscht, der kleine Mann kann nichts daran ändern.	35x	26x	Auch der Durchschnittsbürger kann Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung nehmen.
Manchmal liebe ich es Dinge zu tun, die einem ein wenig Angst einflößen.	49x	12x	Eine vernünftige Person, vermeidet Aktivitäten, die gefährlich sind.
Ich bevorzuge „normale“ Personen als Freunde.	45x	17x	Ich würde gerne/habe Freunde in Außenseitergruppen wie „Punks“, „Skinheads“ etc.
Ich liebe es, mich häufig durch Alkohol oder Rauchen in eine gute Stimmung zu versetzen.	38x	23x	Ich finde, dass mir künstliche Anregungsmittel wie Alkohol oder Rauchen nicht bekommen.

Tabelle 18: Auswertung des psychosozialen Tests

Die Berechnung der latenten Gründe, wie in Punkt „psychosoziale Tests“ (unter 5.2.1.) beschrieben, wird nun durchgeführt. Bei den sensation seeking Merkmalen erreichte die Gesamtheit der Befragten 5 von 8 Punkten (1, 0, 0, 1, 1, 1, 0, 1). Es kann gesagt werden, dass die Probanden sich mittig zwischen dem high sensation seeking und low sensation seeking bewegen. Bei der Kontrollerwartung wurde einer von 3 Punkten erzielt (1, 0, 0). Da der eine Punkt in der Kategorie Alltag erreicht wurde, ist die Mehrheit der Teilnehmer der Meinung viele Kontrollmöglichkeiten in diesem Gebiet zu besitzen (interne Kontrollerwartung). Jedoch sind sie auch der Meinung in politischen Themen kaum Kontrolle zu haben (externe Kontrollerwartung).

6.4 Ergebnis Zusammenfassung

Nun wird nochmal auf die wichtigsten, der gewonnenen Ergebnisse eingegangen.

Durch Betrachtung der Entwicklung des Genres stellte die Autorin sich die Frage weshalb „Berlin Tag und Nacht“ überhaupt rezipiert wird und vorallem von wem. Dies wurde durch die Forschung vorliegender Arbeit von ihr beantwortet.

Zunächst lässt sich festhalten, dass „Berlin Tag und Nacht“ von Frauen häufiger rezipiert wird als von Männern. Die wichtigsten Rezeptionsmotive des Formates sind die Unterhaltung, Entspannung und Ablenkung. Wobei die Unterhaltung ein Erwartungs- und Zuwendungsgrund darstellt. Danach folgt das Motiv der Neugier. Die Zuschauer rezipieren immer wieder das Format, weil sie wissen wollen wie es weitergeht. Der Zuwendungsgrund „Neugier“ geht mit dem Grund „Flucht aus dem Alltag“ einher. Wie aus den Ergebnissen hervorgeht, werden diese Erwartungen durch die Rezeption befriedigt. Weiter amüsieren sich die Rezipienten gut über die Dummheit der Charaktere und können bei der Rezeption abschalten. Die Erwartungen „eine gute Stimmung zu bekommen“ und „das es um Gefühle geht die jeder kennt“ werden vorwiegend für Vielseher befriedigt. Ein Vergleich zwischen Viel- und Wenigsehern zeigt, dass sich beide aufgrund des Unterhaltungsfaktors „Berlin Tag und Nacht“ zuwenden. In Bezug auf das psychosoziale Profil der Serie „Berlin Tag und Nacht“ kann aufgrund der vorliegenden Untersuchung gesagt werden, dass zwischen dem Merkmal des „sensation seekings“ und dem der Kontrollerwartung kein Zusammenhang besteht. Dies gilt allerdings nur für die Gesamtheit der Probanden der vorliegenden Umfrage und kann nicht verallgemeinert werden.

Interessant ist auch, dass die Internet Angebote von knapp zwei Drittel der Befragten nicht genutzt wird. Der Rest verwendet hauptsächlich die Social-Media-Plattform Facebook um sich weitere Informationen über die Sendung anzueignen. Die Personen-gruppen, die von den Probanden bei „Berlin Tag und Nacht“ am liebsten gesehen werden sind Singles, ausgeflippte Typen, attraktive Menschen, Durchschnittspersonen und Personen unter 30. Der unterhaltende Charakter von "Berlin Tag und Nacht" wird für das Durchbrechen der alltäglichen Routine und Langeweile sowie zur Flucht vor den eigenen Problemen genutzt.

Zusammenfassend wird bestätigt, dass „Berlin Tag und Nacht“ seinen Rezipienten genügend Abwechslung bietet.

Insgesamt sind die Ergebnisse der Online-Untersuchung dieser Arbeit erfolgreich gewesen. Die Ergebnisse sind gut verwendbar, es lassen sich Rückschlüsse ziehen und Vergleiche herstellen. Es sind sogar einige Ansätze vorhanden, die Anknüpfungspunkte für weitere Forschungen zulassen.

7 Schlusswort und Ausblick

Dieses abschließende Kapitel dient als Schlusswort und gibt einen Ausblick über Themen, welche von der Wissenschaft behandelt werden sollten.

Diese Studie hat mithilfe einer fokussierten Online-Umfrage die Zuschauermotivationen in Bezug auf das Scripted-Reality-Format „Berlin Tag und Nacht“ untersucht. Die Umfrage und die Auswertung bezogen sich auf drei Teilbereiche der Zuschauermotivationen: Den Erwartungsmotiven, Rezeptionsgründen und der Befriedigung.

Aus den Ergebnissen geht hervor, dass Unterhaltung eine große Bedeutung für die „BTN“-Zuschauer spielt, sei es in der Erwartung oder als Zuwendungsgrund. Aufgrund dessen ist in Zukunft der Frage nachzugehen, was die Rezipienten an diesem Format genau unterhält. In dieser Studie völlig unbehandelt blieb die Bedeutung der Online-Präsenz für den Erfolg von „BTN“. Ein weiteres Thema wäre, welche Wirkung das Feedback in Facebook auf die Handlungen in „Berlin Tag und Nacht“ hat. Nehmen die Regisseure darauf überhaupt Rücksicht?

Ein weiterer Ausblick der aber nur sekundär mit der Sendung zu tun hat, wäre die Bandbreite der deutschen Reality TV-Formate. Mit Scheidungssendungen wäre der komplette Alltag Deutschlands im Rahmen des Reality TVs abgedeckt. Durch Expansion der Sendezeiten, Angebotsausweitung und den guten bis sehr guten Quoten ist bisher an kein Ende der Scripted Reality Formate zu denken. Tatsächlich ist noch sehr wenig über die Art und Weise bekannt, wie Zuschauer die Angebote des Realitätsfernsehens verarbeiten. Die Frage ist, wie weit es förderlich, hinderlich oder sogar schädlich für das soziale Miteinander und für die Entwicklung unserer Gesellschaft ist.

Literaturverzeichnis

Bücher und Zeitschriften:

ATTESLANDER, Peter (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 12. Durchgesehene Auflage Berlin. Erich Schmidt.

BENTE, Gary und FROMM Bettina (1997): Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. (Schriftreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen Band 24.)

BLEICHER, Knut (1999): Das Konzept Integriertes Management (St. Galler Management-Konzept)

BONFADELLI, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung, Band 1. Anwendung in Politik, Wirtschaft und Kultur. 2. überarbeitete Auflage.

BRAUK, Markus (2009): Die Reality-Falle. In: DER SPIEGEL Heft 43/2009.

BURKART, Roland (1983): Kommunikationswissenschaft, Grundlagen und Problemfelder: Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Auflage

BURKART, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. 4. Auflage

EBERHERR, Helga (2001): Faszination Talk-Show. Auf den Spuren der Wirkungsweisen und Inszenierungsstrategien im Spannungsfeld von Öffentlichkeit und Privatheit.

EBERLE, Thomas (2000): Motivation des Fernsehverhaltens Jugendlicher. Grundlagen, Verhaltensanalyse, Selbstauskünfte und Beurteilung des Reality TV.

EGGERT, Jeanette (1999): Die Docusoap. Unveröffentlichte Diplomarbeit der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolff. In: Lücke, Stephanie: Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV.

GLEICH, Uli (2001): Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung. In: MEDIA PERSPEKTIVEN Heft 10/2001

GRIMM, Jürgen (1999): Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität – Erregungsverläufe – Sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen.

GRIMM, Jürgen (2000): Das Phänomen „Big Brother“. Ergebnisse eines Forschungsprojekts. Hand-out zu den „Tagen der Forschung 2000“. Universität Augsburg

HILL, Annette (2005): Reality TV. Audiences and popular factual television. (1. Publication, London)

KEPPLER, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung

LAMNEK, Siegfried (1995): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch, 3. Auflage.

LÜCKE, Stephanie (2002): Real Life Soap. Ein neues Genre des Reality TV. (Medien- und Kommunikationswissenschaft: Beiträge aus dem Zentrum für interdisziplinäre Medienwissenschaft der Universität Göttingen; Band 2)

MIKOS, Lothar et. al. (2000): Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis „Big Brother“. (Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft BFF. Berlin. Band 55)

PLÖGER, Maximiliane (2013): Scripted Reality als Möglichkeit der parasozialen Interaktion: Eine Rezeptionsuntersuchung am Beispiel von „Berlin – Tag & Nacht“, Hamburg.

RODEN, Natalie (2009): Die Zuwendungsattraktivität von Pornofilmen. Untersuchung zur Anwendbarkeit von Erwartung-Wert-Theorien im Kontext von Pornokonsum.

RUBIN, Alan (2000): Die Uses-and-Gratification-Perspektive der Medienwirkung. In: SCHORR, Angela (2000): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader.

SCHENK, Michael (1987): Medienwirkungsforschung.

SCHENK, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. (3. Auflage)

SCHMITT, Manfred (2004): Persönlichkeitspsychologische Grundlagen. In: MANGOLD/VORDERER/BENTE (Hrsg.) Lehrbuch der Medienpsychologie.

SCHWEIGER, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung.

VITOUCH, Peter (2000): Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerverhaltens. 2.Auflage

WEGENER, Claudia (1994): Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information.

WEGENER, Claudia (1999): Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information.

WEIß, Hans-Jürgen und TREBBE Joachim (2000): Fernsehen in Deutschland 1998-1999.

WICK, Klaudia (2012): Scripted Reality. Leben und leben lassen. Das Fernsehen und sein Begriff von Wirklichkeit. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland. (Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland, Programmforschung und Programmdiskurs, Berlin 2012, S.207 – 211.

MIELKE, Rosemarie (1982): Locus of control. Ein Überblick über den Forschungsstand. In: MIELKE, Rosemarie (Hrsg.) Interne/externe Kontrollüberzeugung. Theoretische und empirische Arbeiten zum Locus of Control-Konstrukt.

Online-Quellen:

Scripted Reality Sendungen,
http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_deutscher_Scripted-Reality-Sendungen
Zugriff vom 04.Januar 2015

<http://de.slideshare.net/AlexSchimming/prsentation-am-12112012>
Zugriff vom 20.November 2014

Narratologie
<http://de.wikipedia.org/wiki/Erz%C3%A4hltheorie>
Zugriff vom 19.November 2014

Performativität
<http://de.wikipedia.org/wiki/Performativit%C3%A4t>
Zugriff vom 19.November 2014

Titelsong
https://www.youtube.com/watch?v=zc8qY-5x-_U
Zugriff vom 18. Dezember 2014

Ableger
http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht
Zugriff vom 18.Dezember 2014

Marktanteile
http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht
Zugriff vom 18.Dezember 2014

Eintrittsfolge
http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht
Zugriff vom 15. Dezember 2015

Merchandising

http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_%E2%80%93_Tag_%26_Nacht

Zugriff vom 15. Dezember 2015

HOLST, Christian (2009): Reality TV. Die schmutzige Wahrheit.

<http://www.tvspielfilm.de/news-und-specials/interviewsundstories/reality-tv-die-schmutzige-wahrheit,3942889,ApplicationArticle.html>

Zugriff vom 28. Dezember 2015

Bild-Quellen:**Logo BTN**

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/de/5/59/Berlin_tag_u_nacht_logo.jpg

Haupt WG

- <http://i.ytimg.com/vi/rzlkKpsoaas/maxresdefault.jpg>
- <http://content4.promiflash.de/article-images/w500/berlin-tag-und-nacht-gruppenfoto-2014.jpg>

Jugend-WG

- <http://www.oliverhaas.net/wp-content/uploads/2013/04/btn-wg-hanna.jpg>
- http://www.prisma.de/cdn/img/default/278/2770283_e9664b16ebd1cf77aa4d7a1439c945da_1280re0.jpg
- <http://data1.whicdn.com/images/42876313/original.jpg>

Matrix Loft

- <http://autoimg.static-fra.de/rtl2now/434596/256x144/image2.jpg>
- https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/hphotos-ak-xap1/t31.0-8/775077_544618475562227_1193069882_o.jpg?dl=1
- http://www.rtl2.de/sites/default/files/styles/bildergalerie_einzelbild/public/images/bildergalerie/1100002922/berlin-tag-und-nacht-631-milla-caro-1227124.jpg?itok=_MZj92gR

Melissa und Jessica WG

- http://www.prisma.de/cdn/img/default/289/2880946_09a6f0e869e3be1ec8234098a579ebc1_980x365re0.jpg
- http://www.loomee-tv.de/wp-content/uploads/Berlin_-_Tag_and_Nacht_71282.jpg

Classic Tattoo

<http://images.fotocommunity.de/bilder/architektur/architektur-bei-nacht/classic-tattoo-99cf569e-c5f4-4990-a935-05942eac0aba.jpg>

Matrix

<http://www.olihaas.com/wp-content/uploads/2012/03/Matrix-berlin-365-1024x576.jpg>

„Schnitte“

https://fbcdn-sphotos-b-a.akamaihd.net/hphotos-ak-ash3/t31.0-8/10532984_826350114055727_9161584514372348659_o.jpg

Korrelationskoeffizient

<http://de.wikipedia.org/wiki/Korrelationskoeffizient>

Arithmetisches Mittel

http://de.wikipedia.org/wiki/Arithmetisches_Mittel

Fragebogen – Titelbild

http://bilder.rtl.de/rtlnow/adminupload/berlin_tagundnacht_still_mit_spiegelung_500x85.png

Anhang

Fragebogen



Liebe Umfrageteilnehmer/-innen,

vielen Dank, dass Sie mich bei der Erstellung meiner Rezeptionsstudie für meine Bachelorarbeit unterstützen.

Das Thema meiner Arbeit ist die Untersuchung der Zuschauermotivation deutscher Formate des Reality-TV am Beispiel von „Berlin Tag und Nacht“.

Viel Spaß bei den folgenden 21 Fragen!

1. Wie häufig sehen Sie „Berlin Tag und Nacht“ im Fernsehen?

- ☐ täglich
- ☐ oft (mehr als jede zweite Folge)
- ☐ selten (weniger als jede zweite Sendung)
- ☐ kaum
- ☐ nie

2. Wie oft nutzen Sie das Internet-Angebot von „Berlin Tag und Nacht“. (Um sich die verpassten Folgen anzusehen, sich über die Charaktere zu informieren, etc.)

- ☐ nie
- ☐ 1 mal wöchentlich
- ☐ 2-3 mal wöchentlich
- ☐ 4-5 mal wöchentlich
- ☐ mehr als 5 mal wöchentlich
- ☐ monatlich

„Kati“ Katharina Jungblut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leon Hoffmann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paula Habich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Lou“ Louisa Bergmann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chris Hamilton	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Emmi“ Emilia Schwanitz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maik Hoffmann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Schmidt“ Florian Schmidt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Überlegen Sie bitte welche Motive ausschlaggebend sind, damit Sie sich „Berlin Tag und Nacht“ ansehen. Bitte wählen Sie Ihren Zustimmungsgrad.

	sehr wichtig	wichtig	neutral	eher unwichtig	unwichtig
Wissen zu wollen, wie es weiter geht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Streitereien und Zickereien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liebespärchen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intime Szenen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterhaltung und Entspannung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ablenkung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flucht aus dem Alltag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orientierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationen rund um die Charaktere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Identifikation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenserwerb und Lernfaktor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges:	<hr/>				

7. Aus unterschiedlichsten Gründen werden Fernsehsendungen rezipiert (angesehen). Welche Gründe „Berlin Tag und Nacht“ einzuschalten treffen auf Sie persönlich zu?

Ich schaue mir „Berlin Tag und Nacht“ an, ...

	trifft voll zu	trifft zu	trifft manch- mal zu	trifft kaum zu	trifft gar nicht zu
...um gute Laune zu be-kom-men, denn es erzeugt eine po-sitive Stimmung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...um etwas zu lernen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...um mich zu unterhalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...um Stress/Wut/Frust abzu-bauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da es um Gefühle geht, die jeder kennt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...weil ich etwas Span-nendes erleben möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da ich mich über einzel-ne Charaktere so schön aufregen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...um mich selbst und meine Gefühle auszupro-bieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da Themen wie aus meinem Leben gegriffen sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da ich einzelne Charaktere richtig toll finde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da ich mich mit einem Cha-rakter identifiziere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da ich durch Gespräche zu „Berlin Tag und Nacht“ neue Leute kennenlernen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...um etwas zu erleben, was mir mein Alltag nicht bietet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da ich reale Orte von Berlin sehe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...um mich mit anderen zu ver-gleichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da man sich „Berlin Tag und Nacht“ nicht entziehen kann, und ich mich nicht ausschlie-ßen möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...um zu erfahren wie ich mit Gefühlen und inneren Konflikten besser umgehen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...da Berlin Tag und Nacht „in“ ist und ich mitreden will.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...weil ich mir vorstellen kann, selbst einmal bei „Berlin Tag und Nacht“ mitzuspielen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges:	<hr/>				

8. Es ist eine Sache, aus welchen Gründen Sie eine bestimmte Fernsehsendung ansehen, eine andere jedoch, welche Erfahrungen Sie bisher während bzw. mit der Rezeption von „Berlin Tag und Nacht“ gemacht haben. Bitte geben Sie zu folgenden Aussagen Ihren Zustimmungsgrad an.

	trifft voll zu	trifft zu	trifft manch- mal zu	trifft kaum zu	trifft gar nicht zu
Die Sendung hat mich gut unterhalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Sendung habe ich etwas Neues gelernt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe die Erfahrung gemacht, wie ich besser mit Gefühlen und Problemen umgehen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Sendung habe ich etwas Spannendes erlebt und gesehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Sendung konnte ich abschalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe die Erfahrung gemacht, dass mich die Leben der Charaktere interessiert und ich daran teilhaben möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch das Ansehen von „Berlin Tag und Nacht“ wurde ich in eine gute Stimmung versetzt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es war interessant zu sehen, dass keine bekannten/gelern-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ten Schauspieler in der Serie mitspielen.

Ich habe mich über die Dummheit mancher Charaktere amüsiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Die Sendung gab mir die Möglichkeit, mich mit anderen Personen zu vergleichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Ich habe gemerkt das es bei „Berlin Tag und Nacht“ um Gefühle geht, die jeder kennt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

9. Wenn Sie Berlin sehen, wie sehen Sie es sich am meisten an?

- ☐ Zuhause allein im Zimmer
- ☐ mit Familie
- ☐ mit Freunden
- ☐ Sonstiges: _____

10. Bei welcher Gelegenheit sehen Sie sich „Berlin Tag und Nacht“ an?
Mehrere Antworten sind möglich.

- ☐ Unabhängig vom Geschehen, wenn ich Zeit habe.
- ☐ Wenn etwas Außergewöhnliches passiert.
- ☐ Wenn mir langweilig ist.
- ☐ Wenn ich nebenbei Hausarbeit zu erledigen habe.
- ☐ Sonstiges: _____

11. Spiegelt Ihrer Ansicht nach „Berlin Tag und Nacht“ das „wahre Leben“ wider oder ist alles nur künstlich und gestellt.

	trifft voll zu	trifft zu	trifft manchmal zu	trifft kaum zu	Trifft gar nicht zu
„Berlin Tag und Nacht“ bietet eine Illusion von Wirklichkeit, wie ein Spielfilm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Berlin Tag und Nacht“ enthält „wahre Momente“ und ist deshalb weniger künstlich als ein Spielfilm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Berlin Tag und Nacht“ ist künstlicher als ein Spielfilm, da man den „Betrug“ nicht so leicht merkt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auch wenn „Berlin Tag und Nacht“ gespielt und gestellt ist, bricht doch immer wieder Authentisches durch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Berlin Tag und Nacht“ spiegelt das wahre Leben wieder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Hat sich Ihr Interesse an „Berlin Tag und Nacht“ mit der Zeit verändert?

- ☐ Ja
- ☐ Nein (weiter bei Frage 16)
- ☐ Weiß nicht / Kann ich nicht sagen

13. Hat Ihr Interesse rückblickend zugenommen oder abgenommen?

- ☐ abgenommen (weiter bei Frage 15)
- ☐ zugenommen
- ☐ erst abgenommen, dann wieder zugenommen

14. Warum hat sich Ihr Interesse an „Berlin Tag und Nacht“ (wieder) gesteigert?

	trifft voll zu	trifft zu	trifft manchmal zu	trifft kaum zu	trifft gar nicht zu
Aufgrund neuer Charaktere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weil bestimmte Charaktere ausgestiegen sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da bestimmte Charaktere zusammengekommen sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da bestimmte Charaktere sich getrennt haben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufgrund von Streitereien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weil jeder Tag anders abläuft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges:					

15. Warum hat sich Ihr Interesse an „Berlin Tag und Nacht“ verringert?

	trifft voll zu	trifft zu	trifft manch- mal zu	trifft kaum zu	trifft gar nicht zu
Aufgrund neuer Charaktere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weil bestimmte Charaktere ausgestiegen sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da bestimmte Charaktere zu- sammengekommen sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da bestimmte Charaktere sich getrennt haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufgrund von Streitereien.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es ist keine Spannung mehr aufgekommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weil ständig dasselbe zu se- hen ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Sendung läuft mir schon zu lange.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges:					

16. Wie viel Zeit verbringen Sie damit, über „Berlin Tag und Nacht“ zu sprechen?

	sehr oft (täglich)	oft	manchmal	selten	nie
mit Freunden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mit/in der Familie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mit dem Lebenspartner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mit Arbeitskollegen/Mitschülern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mit Fremden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Worüber genau reden Sie mit anderen in Bezug auf „Berlin Tag und Nacht“?
Mehrere Antworten sind möglich.

- ☐ über ausgestiegene Charaktere
- ☐ über neue Charaktere
- ☐ über Streitereien
- ☐ über Liebespäarchen
- ☐ wen Sie sympathisch/unsympathisch finden
- ☐ wer Ihnen oder anderen ähnlich ist
- ☐ wer hat mit wem Sex
- ☐ wer sieht gut aus, wer schlecht
- ☐ Sonstiges: _____

18. Bietet Ihrer Ansicht nach „Berlin Tag und Nacht“ genügend Abwechslung oder sollte mehr „Action“ geboten werden?

	trifft voll zu	trifft zu	trifft manch- mal zu	trifft kaum zu	trifft gar nicht zu
„Berlin Tag und Nacht“ bietet genügend Abwechslung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Berlin Tag und Nacht“ ent- hält zu viel Abwechslung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Berlin Tag und Nacht“ ent- hält Situationen, da würde Action und Sex nur stören.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Berlin Tag und Nacht“ sollte mehr Konflikte enthalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

„Berlin Tag und Nacht“ sollte mehr körperliche Auseinandersetzungen enthalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Berlin Tag und Nacht“ sollte mehr Sexszenen enthalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Richtige Gefühlsausbrüche sind zu selten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Verbesserungsvorschläge:	<hr/>				

19. Welche Gruppen bzw. Charaktere sind für Sie bei „Berlin Tag und Nacht“ wichtig?

	sehr wichtig	wichtig	neutral	eher wichtig	unwichtig
Singles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verheiratete	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinder (unter 10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausgeflippte Typen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Attraktive Menschen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durchschnittsmenschen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reiche Personen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gebildete Personen (Akademiker)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arme und Arbeitslose	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personen unter 30	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personen mittleren Alters (30-50)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ältere Personen (ab 60 Jahren)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prominente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Könnten Sie sich vorstellen, selbst einmal bei „Berlin Tag und Nacht“ mit zu spielen?

<input type="radio"/> Ja, sofort
<input type="radio"/> Nein
<input type="radio"/> Ja, unter diesen Umständen: <hr/>

21. Jedes Satzpaar beinhaltet zwei Wahlmöglichkeiten; Links und Rechts. Bitte wählen Sie, welcher Satz auf Ihre Ansichten, Wünsche oder Gefühle am meisten zutrifft. Es ist wichtig, alle Satzpaare zu bearbeiten. Es gibt keine richtigen und falschen Antworten. Seien Sie deshalb frei in Ihren Antworten und folgen Sie bitte im Zweifel Ihrem ersten Gefühl.

Ich liebe ausgelassene Partys.	○	○	Ich bevorzuge ruhige Partys mit guten Gesprächen.
Mir macht es nichts aus, wenn ich bei Filmen weiß, was als nächstes passiert.	○	○	Ich kann mich nicht an Filmen erfreuen, bei denen ich weiß, was als nächstes passiert.
Wenn ich Reise, plane ich zuvor meine Route oder den zeitlichen Ablauf.	○	○	Ich Reise, ohne vorher die Route oder den zeitlichen Ablauf festzulegen.
Ich würde gerne einmal Fallschirmspringen.	○	○	Ich würde niemals Fallschirmspringen.
An jeder Person, mit der ich spreche, finde ich etwas Interessantes.	○	○	Mit langweiligen und trügen Personen habe ich keine Geduld.
Viel Unglück im Leben der Menschen ist auf Pech zurückzuführen.	○	○	Unglück ist die Folge von Fehlern, die man selbst gemacht hat.
Es wird immer Kriege geben, auch wenn sich die Menschen noch so sehr bemühen, diese zu verhindern.	○	○	Eine der Hauptgründe, warum es Kriege gibt, ist, dass sich Menschen nicht genug um Politik kümmern.
Die Welt wird von einigen wenigen Mächten beherrscht, der kleine Mann kann nichts daran ändern.	○	○	Auch der Durchschnittsbürger kann Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung nehmen.
Manchmal liebe ich es Dinge zu tun, die einem ein wenig Angst einflößen.	○	○	Eine vernünftige Person, vermeidet Aktivitäten, die gefährlich sind.
Ich bevorzuge „normale“ Personen als Freunde.	○	○	Ich würde gerne/habe Freunde in Außenseitergruppen wie „Punks“, „Skinheads“ etc.
Ich liebe es, mich häufig durch Alkohol oder Rauchen in eine gute Stimmung zu versetzen.	○	○	Ich finde, dass mir künstliche Anregungsmittel wie Alkohol oder Rauchen nicht bekommen.

Angaben zur Person

Herkunftsland: _____

Alter

- ☐ unter 18
- ☐ 18 – 25
- ☐ 26 – 35
- ☐ 36 – 45
- ☐ 46 – 55
- ☐ über 56

Geschlecht

- ☐ männlich
- ☐ weiblich

Ich bin zurzeit....

- ☐ Schüler/in
- ☐ Lehrling (Azubi)
- ☐ Student/in
- ☐ Berufstätig
- ☐ derzeit ohne Beschäftigung
- ☐ in Karenz
- ☐ in Pension
- ☐ Sonstiges: _____

Was ist derzeit Ihr höchster Bildungsabschluss?

- ☐ Volksschule/Hauptschule
- ☐ Qualifizierter Hauptschulabschluss
- ☐ Berufsschule/Lehre/Ausbildung
- ☐ Mittelschule (Realschule) mit Matura (Abitur)
- ☐ Mittelschule (Realschule) ohne Matura (Abitur)
- ☐ Fachhochschule
- ☐ Hochschule
- ☐ Kein Abschluss

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Berechnungen

Hypothese 1

...da es um Gefühle geht, die jeder kennt

	x	y	x²	y²	xy
1	9	6	81	36	54
2	16	10	256	100	160
3	15	7	225	49	105
4	12	2	144	4	24
5	13	6	169	36	78
Summe	65	31	875	225	421
Mittelwert	13	6,2	175	45	84,2
Mittelwert ²	169	38,44			

$$r = \frac{84,2 - 13 * 6,4}{\sqrt{(175-169) * \sqrt{(45-38,44)}}} = \frac{3,6}{6,27} = 0,57 \text{ mittlerer Zusammenhang}$$

...da ich mich über einzelne Charaktere so schön aufregen

	x	y	x²	y²	xy
1	9	5	81	25	45
2	22	10	484	100	220
3	13	9	169	81	117
4	10	5	100	25	50
5	11	3	121	9	33
Summe	65	32	955	240	465
Mittelwert	13	6,4	191	48	93
Mittelwert ²	169	40,96			

$$r = \frac{93 - 13 * 6,4}{\sqrt{(191-169) * \sqrt{(48-40,96)}}} = \frac{9,8}{12,45} = 0,79 \text{ hoher Zusammenhang}$$

...da ich reale Orte von Berlin sehe.

	x	y	x²	y²	xy
1	11	7	121	49	77
2	8	2	64	4	16
3	15	8	225	64	120
4	12	6	144	36	72
5	19	10	361	100	190
Summe	65	33	915	253	475
Mittelwert	13	6,6	183	50,6	95
Mittelwert ²	169	43,56			

$$r = \frac{95 - 13 \cdot 6,6}{\sqrt{(183-169) \cdot \sqrt{(50,60-43,56)}}} = \frac{9,2}{9,93} = 0,93 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

Wissen zu wollen, wie es weiter geht.

	x	y	x²	y²	xy
1	18	15	324	225	270
2	28	12	784	144	336
3	13	5	169	25	65
4	3	2	9	4	6
5	5	0	25	0	0
Summe	67	34	1311	398	677
Mittelwert	13,4	6,8	262,2	79,6	135,4
Mittelwert ²	174,24	40,96			

$$r = \frac{135,4 - 13,4 \cdot 6,8}{\sqrt{(262,2-174,24) \cdot \sqrt{(79,6-40,96)}}} = \frac{44,28}{58,30} = 0,76 \text{ hoher Zusammenhang}$$

| Flucht aus dem Alltag

	x	y	x²	y²	xy
1	14	8	196	64	112
2	15	11	225	121	165
3	14	5	196	25	70
4	11	4	121	16	44
5	12	5	144	25	60
Summe	66	33	882	251	451
Mittelwert	13,2	6,6	176,4	50,2	90,2
Mittelwert ²	174,24	13,2			

$$r = \frac{90,2 - 13,2 * 6,6}{\sqrt{(176,4 - 174,24) * (50,2 - 13,2)}} = \frac{3,08}{8,94} = 0,35 \text{ niedriger Zusammenhang}$$

Hypothese 2:

...um mich selbst und meine Gefühle auszuprobieren

	x	y	x²	y²	xy
1	1	1	1	1	1
2	4	2	16	4	8
3	5	4	25	16	20
4	14	7	196	49	98
5	41	18	1681	324	738
Summe	65	32	1919	394	865
Mittelwert	13	6,4	383,8	78,8	173
Mittelwert ²	169	40,96			

$$r = \frac{173 - 13 * 6,4}{\sqrt{(383,8 - 169) * (78,8 - 40,96)}} = \frac{89,8}{90,16} = 1 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

...da ich mich mit einem Charakter identifiziere.

	x	y	x²	y²	xy
1	5	5	25	25	25
2	1	1	1	1	1
3	6	3	36	9	18
4	13	4	169	16	52
5	40	19	1600	361	760
Summe	65	32	1831	412	856
Mittelwert	13	6,4	366,2	82,4	171,2
Mittelwert ²	169	40,96			

$$r = \frac{171,2 - 13 * 6,4}{\sqrt{(366,2-169) * (82,4-40,96)}} = \frac{88}{90,40} = 0,97 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

...um mich mit anderen zu vergleichen.

	x	y	x²	y²	xy
1	1	1	1	1	1
2	5	3	25	9	15
3	3	1	9	1	3
4	13	5	169	25	65
5	42	21	1764	441	882
Summe	64	31	1968	477	966
Mittelwert	12,8	6,2	393,6	95,4	193,2
Mittelwert ²	163,84	38,44			

$$r = \frac{193,2 - 12,8 * 6,2}{\sqrt{(393,6-163,84) * (95,4-38,44)}} = \frac{113,84}{114,40} = 1 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

| Orientierung

	x	y	x²	y²	xy
1	4	3	16	9	12
2	6	6	36	36	36
3	16	9	256	81	144
4	13	3	169	9	39
5	27	11	729	121	297
Summe	66	32	1206	256	528
Mittelwert	13,2	6,4	241,2	51,2	105,6
Mittelwert ²	174,24	40,96			

$$r = \frac{105,6 - 13,2 * 6,4}{\sqrt{(241,2 - 174,24) * (51,2 - 40,96)}} = \frac{20,52}{26,19} = 0,78 \text{ hoher Zusammenhang}$$

| Identifikation

	x	y	x²	y²	xy
1	5	5	25	25	25
2	7	5	49	25	35
3	12	6	144	36	72
4	8	2	64	4	16
5	33	12	1089	144	396
Summe	65	30	1371	234	544
Mittelwert	13	6	274,2	46,8	108,8
Mittelwert ²	169	12			

$$r = \frac{108,8 - 13 * 6}{\sqrt{(274,2 - 169) * (46,8 - 12)}} = \frac{30,8}{60,51} = 0,51 \text{ mittlerer Zusammenhang}$$

Hypothese 3:

Unterhaltung und Entspannung

	x	y	x²	y²	xy
1	16	11	256	121	176
2	20	12	400	144	240
3	21	7	441	49	147
4	3	1	9	1	3
5	5	1	25	1	5
Summe	65	32	1131	316	571
Mittelwert	13	6,4	226,2	63,2	114,2
Mittelwert ²	169	40,96			

$$r = \frac{114,2 - 13 * 6,4}{\sqrt{(226,2-169)} * \sqrt{(63,2-40,96)}} = \frac{31}{35,67} = 0,87 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

Ablenkung

	x	y	x²	y²	xy
1	16	7	256	49	112
2	24	16	576	256	384
3	16	7	256	49	112
4	3	0	9	0	0
5	6	2	36	4	12
Summe	65	32	1133	358	620
Mittelwert	13	6,4	226,6	71,6	124
Mittelwert ²	169	40,96			

$$r = \frac{124 - 13 * 6,4}{\sqrt{(226,6-169)} * \sqrt{(71,6-40,96)}} = \frac{40,8}{42,01} = 0,97 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

...um gute Laune zu bekommen, denn es erzeugt eine positive Stimmung.

	x	y	x²	y²	xy
1	9	7	81	49	63
2	15	11	225	121	165
3	21	9	441	81	189
4	11	3	121	9	33
5	10	3	100	9	30
Summe	66	33	968	269	480
Mittelwert	13,2	6,6	193,6	53,8	96
Mittelwert ²	174,24	43,56			

$$r = \frac{96 - 13,2 * 6,6}{\sqrt{(193,6 - 174,24) * (53,8 - 43,56)}} = \frac{8,88}{14,08} = 0,63 \text{ hoher Zusammenhang}$$

...um mich zu unterhalten

	x	y	x²	y²	xy
1	26	17	676	289	442
2	22	13	484	169	286
3	12	2	144	4	24
4	1	0	1	0	0
5	5	1	25	1	5
Summe	66	33	1330	463	757
Mittelwert	13,2	6,6	266	92,6	151,4
Mittelwert ²	174,24	40,96			

$$r = \frac{151,4 - 13,2 * 6,6}{\sqrt{(266 - 174,24) * (92,6 - 40,96)}} = \frac{64,28}{68,84} = 0,93 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

...weil ich etwas spannendes erleben möchte.

	x	y	x²	y²	xy
1	4	4	16	16	16
2	4	3	16	9	12
3	12	9	144	81	108
4	14	8	196	64	112
5	32	9	1024	81	288
Summe	66	33	1396	251	536
Mittelwert	13,2	6,6	279,2	50,2	107,2
Mittelwert ²	174,24	13,2			

$$r = \frac{107,2 - 13,2 * 6,6}{\sqrt{(279,2-174,24) * (50,2-13,2)}} = \frac{20,08}{62,32} = 0,32 \text{ niedriger Zusammenhang}$$

Hypothese 4:

Durch das Ansehen von „Berlin Tag und Nacht“ wurde ich in eine gute Stimmung versetzt.

	x	y	x²	y²	xy
1	14	12	196	144	168
2	12	4	144	16	48
3	21	10	441	100	210
4	9	5	81	25	45
5	9	1	81	1	9
Summe	65	32	943	286	480
Mittelwert	13	6,4	188,6	57,2	96
Mittelwert ²	169	40,96			

$$r = \frac{96 - 13 * 6,4}{\sqrt{(188,6-169) * (57,2-40,96)}} = \frac{12,8}{17,84} = 0,72 \text{ hoher Zusammenhang}$$

Ich habe gemerkt das es bei „Berlin Tag und Nacht“ um Gefühle geht, die jeder kennt.

	x	y	x²	y²	xy
1	10	5	100	25	50
2	18	12	324	144	216
3	16	8	256	64	128
4	4	1	16	1	4
5	17	6	289	36	102
Summe	65	32	985	270	500
Mittelwert	13	6,4	197	54	100
Mittelwert ²	169	40,96			

$$r = \frac{100 - 13 * 6,4}{\sqrt{(197-169) * \sqrt{(54-40,96)}}} = \frac{16,8}{19,18} = 0,88 \text{ vollständiger Zusammenhang}$$

Scripted Reality Sendungen 2014¹¹¹

Name	Produktionsbeginn	Sender
Die Autohändler	2003	RTL
Frauentausch	2003	RTL II
Mieten, kaufen, wohnen	2008	VOX
Schneller als die Polizei erlaubt	2008	RTL
Verdachtsfälle	2009	RTL
Familien im Brennpunkt	2009	RTL
Betrugsfälle	2010	RTL
X-Diaries	2010	RTL II
Die Trovatos-Detektive decken auf	2010	RTL
Schicksale – und plötzlich ist alles anders	2010	Sat.1
Privatdetektive im Einsatz	2011	RTL II
Schwer verliebt	2011	RTL II
Family Stories	2011	RTL II
Berlin Tag und Nacht	2011	RTL II
Verklag mich doch!	2011	VOX
Zugriff –jede Sekunde zählt	2012	RTL II
Die Zollfahnder – Hart an der Grenz	2012	RTL II
Die Autoeintreiber	2012	RTL II
Achtung Kontrolle! – Die Topstories der Ordnungshüter	2012	Kabel Eins
Hilf mir doch!	2012	VOX
Unter Beobachtung	2012	VOX
SOKO Familie	2012	VOX
Köln 50667	2013	RTL II
Auf Streife	2013	Sat.1
bash! – Die Party deines Lebens	2013	RTL II
Wild Wanna Bees – Die Luder – WG	2013	Sport 1
Mein dunkles Geheimnis	2013	Sat.1
Im Namen der Gerechtigkeit – Wir kämpfen für Sie!	2013	Sat.1
Anwälte im Einsatz	2013	Sat.1

¹¹¹ Scripted Reality Sendungen, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_deutscher_Scripted-Reality-Sendungen; Zugriff vom 04.Januar 2015

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname